pizza e pasta ITALIANA

n° 4 | aprile '17

www.pizzaepastaitaliana.it | anno XXVIII

Focus sulle vetrine dell'eccellenza italiana











SOM

AZIENDE







CIBUS CONNECT
conferences • workshops • expo



EDITORIALE

Si apre una nuova stagione, che chiamerei la stagione della speranza, ricca, tra aprile e maggio, di grandi eventi: Vinitaly a Verona, Cibus Connet a Parma, Tuttofood a Milano
E se, come tutto fa pensare, sulla scia dello scorso anno i flussi turistici dall'estero continueranno a crescere nel nostro Paese, anche al Sud, anche nelle isole, il mondo dell'ospitalità e della ristorazione ne trarrà enormi vantaggi e aumenterà la capacità di affrontare con coraggio e determinazione il futuro.
Perché è verso il futuro che dobbiamo volgere il nostro sguardo e i nostri progetti, consapevoli che i cambiamenti saranno sempre più veloci, richiedendo a tutto il mondo dell'hotellerie, della ristorazione, della pizza una più solida preparazione professionale e la capacità di interfacciarsi rapidamente con le realtà turistiche internazionali, anche lontane, come la Cina e il Giappone.
Ciò che il futuro richiede a questo nostro mondo sono cose semplici e concrete. Innanzi tutti di far bene il nostro lavoro, quindi saper uscire dal sempre più stantio provincialismo che attanaglia ancora molti nostri concittadini, per essere operatori di livello culturale e professionale europeo. Per molti aspetti, albergatori, ristoratori, cuochi e personale italiano del settore turistico-alberghiero non hanno nulla da invidiare ai colleghi degli altri Paesi, ma è la mentalità di ancora molti che va cambiata, facendo propri i valori professionali della serietà, della correttezza, dell'onestà.
Io credo che di strada in questi anni il nostro mondo ne ha percorsa molta, raggiungendo risultati soddisfacenti, ma non bisogna dimenticare che per essere protagonisti in questi settori occorre serietà nel lavoro, cultura professionale, conoscenza delle lingue, alti stili di comportamento.
Credo che ormai si è sempre più convinti che il nostro mondo è l'Europa e chi vuole innalzare barriere fa brutalmente il nostro male, il male del turismo, il male del mondo alberghiero, il male della ristorazione, il male di quanti lavorano in questi settori. Indietro è impossibile tornare, sarebbe un disastro, peggio di una guerra persa, allora è necessario che quanti operano in questo nostro mondo allarghino i propri orizzonti, acquisiscano una mentalità positiva, si carichino di ottimismo, mettano a frutto la genialità che c'è negli italiani, si rimbocchino le maniche e affrontino con coraggio e col sorriso sulle labbra il futuro che ci attende e che ci premierà, ma solo se noi lo vogliamo.

www.giampierororato.blogspot.com



di Giampiero Rorato

PIZZA E PASTA ITALIANA
Mensile di Pizza, Pasta, Enogastronomia e Cultura

edito da **PIZZA NEW S.p.A.**
Autorizzazione Tribunale di Venezia n. 1019 del 02/04/1990
Anno XXVIII - n.4 Aprile 2017

Repertorio ROC n. 5768

DIRETTORE EDITORIALE
Massimo Puggina
DIRETTORE RESPONSABILE
Giampiero Rorato
SEGRETARIA DI REDAZIONE
Caterina Orlandi
PUBBLICITÀ
Patrizio Carrer, Caterina Orlandi
RESPONSABILE PROGETTO
David Mandolin

REDAZIONE
30021 CAORLE (Venezia)
via Sansonessa, 49
Tel. 0421/ 212348 - Fax 0421/81007
E-mail: redazione@pizzaepastaitaliana.it
www.pizzaepastaitaliana.it

PROGETTO GRAFICO
Manuel Rigo e Paola Dus
— *Mediagraf lab*

DIGITAL PUBLISHING
Maura Trolese
— *Mediagraf lab*

IN COPERTINA illustrazione di Sara Ciprandi

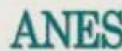
STAMPA MEDIAGRAF S.p.A.
Noventa Padovana (Pd)

COMITATO TECNICO E REDAZIONALE
Marisa Cammarano, Patrizio Carrer, Giuseppe Dell'Aquila, Tony Gemignani (U.S.A.), David Mandolin, Giandrea Rorato, Caterina Vianello, Laura Nascimben, Caterina Orlandi

AFFILIAZIONI INTERNAZIONALI
Pete La Chapelle (N.A.P.O. - Pizza Today, U.S.A.), P.M.Q. Steve Green (U.S.A.)Abbie Jarman (Pizza, U.S.A.) Hidenao Takahashi (Pan World Inc., Giappone) Kazuko Nagamoto (ICT, Giappone) Takeshi Tanaka (Quattro Stagioni, Giappone) Drew McCarthy (Canadian Pizza Magazine, Canada), Valeria Vairo (Buongiorno Italia).



ASSOCIATO ALL'UNIONE ITALIANA STAMPA PERIODICA



ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

ABBONAMENTI E ARRETRATI

— PER INFORMAZIONI, SOTTOSCRIVERE UN ABBONAMENTO O RICHIEDERE UN ARRETRATO:

TELEFONARE AL NUMERO 0421 21 23 48
dal lunedì al venerdì
dalle ore 10 alle ore 12
dalle ore 15 alle ore 17

INVIARE UN FAX A 0421 83178
– Servizio abbonamenti Pizza e Pasta Italiana

INVIARE UNA MAIL A
abbonamenti@pizzaepastaitaliana.it

L'abbonamento può avere inizio in qualsiasi momento dell'anno e dà diritto a ricevere 11 numeri della rivista. L'abbonamento andrà in corso dal primo numero raggiungibile.



MOLINO PASINI VI CONDUCE ALLA SCOPERTA
DELLE NUOVE CONFEZIONI DELLA

LINEA PIZZERIA

MOLINO PASINI | L'ARTE DELLA FARINA | THE ART OF FLOUR
WWW.MOLINOPASINI.COM

AD: STUDIO OVER | PH: STEFANIA GIORGI | STYLING: VANDERSANDESTUDIO

pizza

NEWS

Molino Bongiovanni a sostegno della ricerca sul cancro



MOLINI BONGIOVANNI SPA
sostiene
ASSOCIAZIONE ITALIANA PER LA RICERCA SUL CANCRO

L'azienda torinese finanzierà una borsa di studio triennale per la formazione di un giovane ricercatore dell'Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro

Milano, febbraio 2017 - In occasione della 28° edizione del SIGEP - fiera internazionale dedicata al mondo della gelateria, pasticceria, panificazione e del caffè – ***Molini Bongiovanni ha annunciato una partnership con AIRC****, l'Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro.*
Con il fine di diffondere principi etici e di responsabilità sociale d'impresa - con particolare riferimento alla prevenzione di malattie che hanno un legame diretto e indiretto con l'alimentazione - la Molini Bongiovanni ha infatti scelto di sostenere AIRC attraverso un percorso di durata triennale, che ***consentirà di finanziare una borsa di studio per la formazione di un giovane ricercatore.***
La collaborazione è stata presentata domenica 22 gennaio presso lo stand dell'azienda al SIGEP, durante un incontro a cui hanno partecipato ***Claudio Bongiovanni****, amministratore e CEO della Molini Bongiovanni SpA di Cambiano (Torino), e la D****ott.ssa Anna Villarini****, biologa e specialista in Scienza dell'alimentazione, ricercatrice del dipartimento di Medicina preventiva all'Istituto dei tumori di Milano, che ha affrontato il tema dell'importanza dell'alimentazione sana per la prevenzione di problemi cardiovascolari e di malattie come il cancro. Secondo l'American Institute for Cancer Research* ***tre tumori su dieci sono infatti prevenibili con una sana alimentazione****: il cibo che consumiamo rimane uno dei fattori di rischio più importanti, dopo il fumo e prima della sedentarietà.*
La dottoressa Villarini ha inoltre approfondito ***il ruolo delle farine nella sana alimentazione*** *e analizzato le proprietà nutrizionali di* ***Antiqua, una linea di farine macinate a pietra a filiera corta certificata****, prodotte da Molini Bongiovanni: "Queste farine sono particolarmente interessanti, perché contengono fibre, antiossidanti, vitamine e sali minerali, nutrienti fondamentali per la nostra salute. Ritengo che la vera macinazione a pietra dovrà essere il futuro della produzione di farine in Italia, se vogliamo fare un'attenta prevenzione oncologica anche attraverso l'alimentazione".*
La responsabilità d'impresa, tanto sociale quanto alimentare, rappresenta un punto fondamentale nella politica del molino piemontese, come spiega Claudio Bongiovanni: "Chi, come noi, produce alimenti, prima di immetterli sul mercato ha due obblighi seri e assoluti: garantire la sicurezza alimentare e, ancor di più, preoccuparsi del futuro che lasceremo ai nostri figli, promuovendo azioni mirate già nel presente".

Mozzarella di Bufala campana, nuove intese per controllare la qualità.

Dopo l'intesa con il Consorzio di tutela del prosecco Doc per l'avvio di controlli congiunti, il Consorzio di Tutela della Mozzarella di Bufala Campana Dop sigla un nuovo patto di collaborazione con il Consorzio Tutela Provolone Valpadana, con la prospettiva di incrementare sensibilmente la vigilanza sull'eccellenza enogastronomica campana. La convenzione prevede azioni di vigilanza e monitoraggio nazionale: in particolare gli agenti vigilatori del Consorzio Tutela Provolone Valpadana effettueranno, per conto del Consorzio mozzarella, campionamenti ufficiali per tutto il 2017 nei punti vendita, in particolare in Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria ed Emilia Romagna. Saranno verificate la regolare messa in commercio del prodotto a marchio Dop, l'etichettatura e le corrette indicazioni commerciali previste dalle leggi. Inoltre, sarà monitorata la presenza di prodotti imitativi, evocativi e usurpativi della Dop.. L'obiettivo dell'intesa è raddoppiare il numero dei controlli effettuati solo dal Consorzio. Nel 2016 sono stati 1289, suddivisi in 606 attività di monitoraggio in Italia, 232 all'estero, 239 prelievi ufficiali, 93 verifiche sul web, 23 operazioni congiunte con le forze dell'ordine che hanno portato a 12 sequestri, e 84 segnalazioni di illeciti agli organismi competenti. "



Pizza, costa meno in pizzeria che farla a casa



Quanto costa realizzare la pizza a casa? Conviene davvero? Secondo un'elaborazione realizzata da Napoli Pizza Village, che torna dal 17 al 25 giugno sul Lungomare Caracciolo di Napoli, è più conveniente uscire a mangiare una buona pizza. Infatti, il prezzo medio di una pizza realizzata in casa è di circa 8,73 euro (escluse le bevande) se si considera il tempo impiegato per realizzare e far riposare l'impasto (circa 4 ore), l'acqua, la corrente elettrica e le materie prime utilizzate. Il prezzo medio di un menu base con una Margherita e una bevanda è invece di circa 9,22 euro nella maggior parte delle città italiane considerate ma a Napoli si scende a 6,73 euro, in assoluto la città più conveniente, seguita da Palermo con 7,53 euro, Vercelli con 7,69 euro e Cagliari con 7,75 euro. La città con le pizzerie più care è invece Varese, dove per gustare una pizza si spende fino a 11,58 euro. Osservando la classifica, le prime 20 Province con il prezzo più basso si trovano al centro nord Italia: Livorno si classifica quinta con 8,04 euro, seguita da Rovigo con 8,09 euro, Belluno con 8,15 euro, Brescia con 8,23 euro, Alessandria con 8,27 euro, Ascoli Piceno con 8,34 euro, Udine 8,42 euro, Verona con 8,61 euro e Rimini con 8,84 euro.

È dovere di tutti operare per un'**Italia migliore,** più **amata** e **rispettata** anche all'estero



di Giampiero Rorato

Le prospettive economiche si presentano seppur molto lentamente più positive; le tasse, pur lentamente, continuano a scendere; i posti di lavoro, anch'essi in modo lento, continuano a crescere; le possibilità di spesa degli italiani vanno pian piano aumentando. La realtà attuale e le prospettive per il prossimo futuro indicate dagli economisti e dall'Istituto Italiano di Statistica inducono all'ottimismo, anche se moderato, e già il mondo dell'ospitalità e del turismo, anche al Sud, come quello della ristorazione, vedono innalzarsi le percentuali di presente negli alberghi, nei ristoranti e nelle pizzerie, come sono già cresciute moltissimo le presenze nei musei.



Questo tuttavia non basta per dire che l'Italia ha ripreso il suo cammino: i dati appena riportati non rappresentano una garanzia di rinascita, ci vuole ben altro, anche perché la crescita del turismo, anche al Sud, con conseguente aumento di presenze negli alberghi e nei luoghi di ristorazione è dovuta in buona parte all'impossibilità o quasi di andare in vacanza nelle località turistiche del Nord Africa e del vicino e lontano Oriente e in diverse altre aree in passato molto frequentate dai turisti.
Cosa ci manca ancora per poter affermare che abbiamo ripreso il nostro cammino ridando all'Italia il ruolo che le compete fra i Paesi sviluppati?

Il turismo

In questi ultimissimi anni è doveroso dare atto al Ministro di Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Dario Franceschini, di aver impresso un'ottima sterzata al settore, riorganizzandolo, rilanciando diverse importante realtà come la città archeologica di Pompei, dotando i centri museali di nuovi e bravi direttori e se il Governo, che in questo settore si è comportato molto bene, continuerà nel rilancio dei grandi e piccoli Musei presenti in tutta Italia, valorizzando come meritano i siti archeologici, sostenendo le Sopraintendenze dei territori, proteggendo il paesaggio ricco e vario della penisola e delle isole, collaborando alla realizzazione di Grandi Mostre d'Arte si può essere certi che arriveranno in Italia più turisti, anche al Sud, con indubbi vantaggi per albergatori, ristoratori e pizzaioli, produttori di specialità agroalimentari e per altre attività commerciali.

I dati relativi all'anno scorso sono molto eloquenti: 44,5 milioni di ingressi nei musei e siti archeologici con 172 milioni di euro di incassi. Ci sono stati 1, 2 milioni di visitatori in più del 2015 con un aumento di introiti di 18,5 milioni di euro. Per fare qualche esempio, a Venaria Reale c'è stato un aumento di ingressi del 71%; a Pestum del 27%; al Museo Archeologico Nazionale di Napoli del 18%; alla Reggia di Caserta del 37%; al Musei Nazionale di Reggio Calabria che conserva i Bronzi di Riace del 28%. Grazie alla crescita dei visitatori, la Calabria ha visto nel 2016 un + 17% di turisti rispetto al 2015; la Liguria + 17,5%; il Piemonte + 31,4%; la Campania + 14,2%; il Veneto + 17%; la Lombardia + 8,3%.

Questi ottimi dati – non si conoscono quelli della Sicilia essendo il turismo di totale competenza regionale - non saranno tuttavia sufficienti a riportare l'Italia agli anni



d'oro quando era il primo paese turistico del mondo, se non aumenterà l'impegno dei privati, singoli cittadini, imprenditori, fondi economici, aziende importanti. Se crescerà l'impegno dei privati significherà che si sta sempre più comprendendo che l'Italia può riprendere il volo se ci sarà un incontro positivo fra il pubblico e il privato e dove questo incontro è già avvenuto – vedi, ad esempio, il Colosseo a Roma e in diverse realtà a Venezia – i risultati si sono visti e sono molto soddisfacenti. Per l'economia e per l'occupazione specie dei giovani.





I comportamenti civili

Non tutti i cittadini e non tutte le aziende possono contribuire al restauro di un monumento storico, archeologico o urbanistico, ma tutti possono collaborare al miglioramento della propria città e del proprio paese. Innanzi tutto i Comuni hanno il dovere di tenere in ordine strade, piazze ed edifici pubblici, curando con più amore il verde pubblico. Sarebbe molto bello se i cittadini – che siamo noi - tenessimo in ordine le facciate delle nostre case, adornando nella bella stagione i balconi con fiori (l'Alto Adige, le Vallate ladine del Bellunese e del Trentino, la Valle d'Aosta, ma un po' tutto l'arco alpino danno da sempre l'esempio); tenendo curate le siepi e i giardini e puliti i marciapiedi, almeno davanti a casa o alla propria fabbrica o alla propria bottega o supermercato che sia. E chi ha questa sensibilità e si comporta già così sa anche avere un corretto rapporto col prossimo, espandendo attorno a sé un clima positivo, fondamentale per la vita delle comunità. Non si tratta di sborsare soldi, ma di comportarsi in modo civile, di essere persone educate, rispettose delle leggi e del luogo ove si abita, amanti del buon vivere civile e quando si comprenderà che rispettare le leggi, tutte le leggi, conviene, allora l'Italia – al di là delle sue vicende politiche - prenderà davvero il volo diventando stimata protagonista sulla scena internazionale con concreto vantaggio per tutti indistintamente gli abitanti del nostro Paese.
Ora che si tocca con mano il riavvio di un certo, seppur ancora timido, benessere – anche se non mancano enormi problemi come il recupero delle aree devastate dal terremoto che ha colpito lo scorso anno il centro Italia, la fortissima immigrazione e il pericolo del terrorismo fondamentalista - lo sviluppo economico potrà essere accelerato se sarà accompagnato da una ritrovata e riconquistata coscienza civile, da un riscoperto amore per il proprio Paese, da un riappropriarsi del senso del dovere, del rispetto delle leggi e delle autorità. Se riflettiamo un attimo ci rendiamo sicuramente conto che le autorità – vale a dire coloro che governano il Paese a tutti i livelli, dal Quartiere cittadino allo Stato – sono state elette da noi, sono i nostri rappresentanti pro tempore e abbiamo il dovere di rispettarli e sostenerli nel loro lavoro. È pur vero che pretendiamo dalle autorità capacità, competenza, trasparenza, chiarezza e produttività e per questo ci sono le elezioni, per confermare o per cambiare, ma quando abbiamo eletto dei nostri rappresentanti – dal consigliere di Quartiere al parlamentare – in un Paese maturo e civile queste persone cui abbiamo attribuito dei compiti, cui abbiamo dato la nostra fiducia, che abbiamo scelto come autorità di governo, locale o nazionale che sia, hanno il diritto ad essere rispettate e sostenute.
Il nostro benessere dipende dal nostro quotidiano comportamento e dalla civiltà del nostro Paese: o lo comprendiamo o non abbiamo il diritto di lamentarci.

Una minaccia da sventare



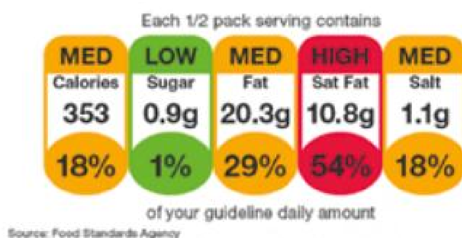




Il Traffic Lights system rischia di compromettere l'export dei prodotti italiani

È di questi giorni la notizia – ufficiale perché confermata da un comunicato stampa – secondo la quale 6 tra le multinazionali più importanti in termini di fatturato al mondo (Coca-Cola, PepsiCo, Mars, Mondelez, Nestlé e Unilever) progressivamente affiancheranno alle confezioni dei loro prodotti alimentari venduti a scaffale il cosiddetto **Traffic Lights System**.
Di cosa si tratta? Di uno strumento visivamente molto semplice, ovvero un semaforo, per l'appunto, dotato di bollino verde, giallo, rosso: ad ogni bollino corrisponde un teorico "via libera" al consumo del prodotto cui viene affiancato e deciso in base alla percentuale di grassi, zuccheri ed altri fattori ritenuti dannosi per la salute se presenti in misure troppo concentrate.
Tale sistema era già stato respinto dal Parlamento Europeo un anno fa nei confronti del Regno Unito, che già utilizza questo sistema: la raccomandazione rivolta all'Unione Europea da parte del Parlamento era quella di trovare infatti un sistema più realistico e che tenesse conto non degli interessi economici ma del concetto di quantità consumata.
Proviamo a spiegarci meglio: il Parmigiano Reggiano piuttosto che il Prosciutto di Parma, con questo sistema, avrebbero automaticamente un bel bollino rosso (con enormi danni sia economici sia di immagine); un bollino rosso che non tiene conto del fatto che il Parmigiano nella dieta Mediterranea non è previsto in quantità smodate bensì come completamento di un'alimentazione bilanciata.
Dall'altra parte invece le multinazionali (che non vogliamo demonizzare ma che qui sono a nostro avviso scivolate in una provocazione eccessiva) hanno sicuramente il modo, attraverso edulcoranti di sintesi solo per fare un esempio banale, di raggiugere questi pseudo valori limite che determinano il colore di un bollino piuttosto che un altro e sfruttando il tutto a proprio vantaggio.
Non vogliamo cadere nella retorica, ma ci sembra davvero impensabile che una bibita gassata vada bene mentre il tortellino o l'olio d'oliva no.
Poiché questa rivista da 28 anni combatte queste battaglie, e legandoci al fatto che saremo direttamente testimoni nel mese di aprile ed in quello di maggio, di 3 grandi vetrine dell'agroalimentare italiano, promuovendo la pizza di qualità rigorosamente italiana, abbiamo pensato di dedicare un approfondimento a questo tema, sentendo l'Ice (che promuove il nostro export) e la Coldiretti (a rappresentanza degli agricoltori).
Troverete poi ricette fatte da ottimi professionisti della pizza lungo il nostro amato Stivale, rigorosamente con prodotti del territorio.

Buona lettura!



A DESTRA
come potrebbe presentarsi la nuova etichetta.



di Giampiero Rorato

Le vetrine italiane dell'enogastronomia

Vinitaly, Tuttofood e Cibus Connect

vedranno presente anche la pizza e questa nostra rivista

In Italia le manifestazioni che presentano i più importanti e interessanti prodotti agroalimentari, sia naturali – come l'olio extravergine d'oliva, la frutta e gli ortaggi – sia elaborati come i formaggi, i salumi, il vino, le birre, le salse di pomodoro, le marmellate, le confetture, ecc. sono davvero numerose e ogni città, anche molti piccoli comuni sparsi lungo la penisola, ne organizzano in un calendario che occupa praticamente tutti i giorni dell'anno.

Ed è bene che sia così, perché anche i piccoli concorsi enologici paesani, le feste del radicchio, dell'asparago, dei carciofi e dei tantissimi prodotti dell'agroalimentare italiano sono serviti a spingere i produttori a impegnarsi, a confrontarsi con i colleghi, ad aderire a consorzi, ad operare all'interno di severi disciplinari, quindi produrre meglio, elevando sempre più la produzione italiana che negli ultimi decenni ha conquistato il mondo.



Le grandi vetrine

Le piccole manifestazioni, quasi sempre molto serie e sempre utilissime, servono per elevare la qualità di base dei prodotti, interessando gli abitanti delle rispettive aree, difficilmente però entrano nel mercato internazionale. Per questo obiettivo si sono le grandi Fiere internazionali presenti anche in Italia. In questo mese desideriamo presentare le tre più vicine nel tempo.



Sanfelici

HIGH QUALITY ITALIAN FOOD









Prodotti alimentari di Alta qualità distribuiti da più di trent'anni alle migliori aziende del settore sono la garanzia della competenza e dell'assoluta serietà dell'azienda Sanfelici.

Rispettando i più elevati standard qualitativi l'azienda affida la produzione dei suoi prodotti a realtà specializzate in grado di selezionare e controllare personalmente le materie prime, di altissima qualità, che verranno trasformate in ottimi prodotti gastronomici distribuiti da Sanfelici direttamente a ristoranti, bar, trattorie, pizzerie, osterie.

Più di tremila contatti in continua crescita sottolineano la professionalità e la puntualità di una ditta che con un ottimo rapporto qualità/prezzo cerca di promuovere giornalmente la cultura del food & beverage nel mondo. Accurata selezione e continua ricerca sono le parole chiave per il successo di Sanfelici.

Le nostre quattro linee:

osteria



happy snack



salumi e formaggi



pizzeria





Sede operativa e Showroom

Via Tadesa, 2/A San Fermo di Piubega 46040 (MN)

T: 0376 655737 - F 0376 655014 - **www.sanfelici.it**



Come scriviamo in altra parte, dal 9 al 12 aprile ci sarà a Verona una delle più importanti e famose fiere internazionali dedicate al vino. E che si tratti di un evento fondamentale per l'economia italiana e per moltissimi anche piccoli produttori è dimostrato dalla progressiva espansione nel mondo del vino italiano che ha trovato in questa manifestazione – nata il 22-23 settembre 1967 a Verona – il più indovinato e intelligente trampolino di lancio.
Lo scorso anno Vinitaly ha festeggiato i suoi primi 50 anni di vita e di successi. La manifestazione veronese è da tutti riconosciuta leva economica strategica per l'internazionalizzazione delle imprese vitivinicole italiane ed è entrata nel Piano per la promozione straordinaria del made in Italy finanziata dal Ministero dello sviluppo economico quale fiera di riferimento per il comparto enologico.
Dopo 22 anni il Concorso Enologico Internazionale, il più selettivo al mondo, è diventato Premio Internazionale 5 Star Wine, da assegnare solo ai vini che raggiungono e superano i 90 centesimi nel giudizio espresso da commissioni composte da esperti internazionali specializzati per area geografica di provenienza dei vini. E già questo Concorso ha fatto parlare di sé gli esperti e la stampa specializzata di tutto il mondo.



TUTTOFOOD
MILANO WORLD FOOD EXHIBITION

Nel prossimo mese di maggio, dall'8 all'11, nel quartiere fieristico di Milano-Pero, si svolge un'altra importante fiera dedicata al mondo agroalimentare. Basta ricordare i suoi interessanti settori: "Tuttofrozen", cioè il mondo dei gelati e dei prodotti surgelati; "Tuttopasta" dedicato alla pasta fresca, secca e ripiena; "Tuttodairy" dedicato al mondo del latte, della panna, del burro, dei formaggi, della ricotta e dello yogurt; "Tuttobakery", quindi pane, pizza, snack; e ci sono altri 8 settori, per cui anche in questa fiera c'è un mondo da scoprire per gli stessi italiani e, ancor più, per gli stranieri che possono incontrare le inimitabili produzioni alimentari italiane.
Milano da qualche anno, soprattutto dopo l'ottima riuscita dell'EXPO, si sta imponendo a livello internazionale come città d'arte, di cultura, di scienza e come moderno crocevia del commercio internazionale con le sue grandi fiere a cominciare da quella del Mobile, la più importante a livello mondiale. Anche Tuttofood, con la vastissima gamma dei prodotti esposti, rappresenta un punto di forza e di prestigio non solo per Milano e per la Lombardia, ma per l'intera Italia. E proprio a sottolineare l'importanza di Milano anche per il cibo, il prossimo anno sarà nel capoluogo lombardo l'ex Presidente degli Stati Uniti d'America Barak Obama per parlare proprio di alimentazione, mostrando al mondo il prestigio internazionale acquistato negli ultimi anni dalla capitale economia d'Italia.

CIBUS
CONNECT
conferences • workshops • expo



Parma è ormai conosciuta come la capitale europea dei prodotti agroalimentari e non solo per il suo antico e splendido formaggio Parmigiano-Reggiano, per i suoi straordinari prosciutti, per il celeberrimo Culatello e per altri ottimi prodotti del territorio. Parma è anche la città dove ogni due anni converge il mondo del food per incontrarsi a Cibus (nel 2018 dal 7 al 10 maggio), mentre quest'anno c'è una manifestazione denominata Cibus Connect che si svolgerà nel quartiere fieristico della città ducale poco prima di Pasqua, il 12 e 13 aprile prossimi.
Scopo di Cibus Connect è quello di offrire l'opportunità di incontri tra top buyers nazionali e internazionali, valorizzare i prodotti delle aziende agroalimentari e alimentari italiane, arricchiti da degli show cooking personalizzati. In tale occasione vengono organizzati degli interessanti workshop e grandi appuntamenti plenari volti ad approfondire temi legati all'internazionalizzazione del food italiano.
Non c'è dubbio che presentando al mondo con signorilità ed eleganza il food italiano si dà un grande contributo alla sua espansione nel mondo, rafforzando le aziende produttrici, i produttori di base e l'economia italiana oltre a quella di tante famiglie.

La manifestazione veronese dal 9 al 12 aprile richiama produttori e operatori da tutto il mondo



vinitaly
INTERNATIONAL WINE & SPIRITS EXHIBITION



DI GIAMPIERO RORATO

Ogni anno, all'inizio della primavera, Verona attende il mondo del vino per un esame della situazione produttiva e commerciale, valutare i problemi del settore e, soprattutto, mostrare le più interessanti produzioni sia italiane che mondiali. Si tratta di un appuntamento molto importante per tutti coloro che a qualsiasi titolo operano con il vino: chi lo produce, chi lo imbottiglia, chi lo commercia, chi lo vende e chi lo consuma, quindi non solo per vignaioli, operatori vari, buyer, ristoratori, osti, giornalisti del settore, ma anche per sociologi, dirigenti dei ministeri ed enti che trattano sotto i più vari aspetti i problemi vitivinicoli, docenti universitari delle facoltà di agricoltura e di enologia.
Si comprende facilmente che il mondo del vino, come si presenta a Verona, quest'anno dal 9 al 12 aprile, è fondamentale anche per l'economia di un Paese e lo è molto per l'Italia, ormai diventata il primo produttore mondiale con i propri vini presenti e goduti in quasi tutto il mondo.

Questo è dunque il Vinitaly, non solo una mostra internazionale del vino, ma un luogo che offre mille informazioni, mille motivi di riflessione, mille occasioni di incontri fra produttori, operatori, acquirenti e autorità di settore.

I padiglioni della grande Fiera di Verona li troveremo tutti occupati, segno che Verona attira e attira molto. Oltre a numerosi nuovi arrivi dalle regioni italiane, aziende che nel corso degli anni si sono irrobustite e qualificate in manifestazioni e concorsi minori, quest'anno ci sono importanti arrivi dall'estero. Per la prima volta, a Vininternational saranno presenti aziende vitivinicole degli Usa e del Regno Unito, che si aggiungono alle tante aziende di Svizzera, Francia Azerbaijan, Georgia, Croazia, Argentina, Portogallo, Australia e Sud Africa. Dalle Americhe all'Australia, dunque, il mondo del vino è tutto presente al Vinitaly e si potranno incontrare personalità che hanno contribuito a fare la storia dei propri Paesi.





SOL&AGRIFOOD

TASTE OF BUSINESS

Sol&Agrifood

Al Vinitaly non c'è solo vino. Sempre in fiera e contemporaneamente c'è un salone assolutamente da visitare, quello dell'olio extravergine d'oliva che mostra le migliori produzioni italiane e mediterranee, perché in questa manifestazione veronese non poteva mancare la seconda pianta che caratterizza la civiltà occidentale: l'ulivo.

Incontrare le eccellenze olearie delle regioni italiane, da Trieste alla Sicilia e poi fermarsi a conoscere le produzioni della Grecia, della Spagna, del Nord Africa e altre ancora è un'occasione assolutamente da non perdere, anche perché quest'anno l'organizzazione ha disposto una iniziativa di formazione e in formazione sulla filiera dell'olio extravergine d'oliva, utilissima a quanti credono in questo straordinario prodotto, quello che racconta con orgoglio la propria storia senza nulla nascondere, quello buono e, meglio ancora, se è un olio extravergine Dop italiano.

Come ogni anno ci sono numerosi concorsi riservati ai vini, ai distillati, all'olio extravergine d'oliva e ai migliori abbigliaggi di vini, distillati, liquori e olio extravergine valutati da designer, creativi e giornalisti di settore.

La ristorazione e la pizza

Non mancano ottimi ristoranti dove i più apprezzati chef preparano ricercati menu e la Cittadelle della Gastronomia che propongono abbinamenti di vino e prodotti tipici regionali.

E ci sarà anche la nostra Rivista, Pizza e Pasta italiana, e la Scuola Italiana Pizzaioli che non si limiterà a presentare le pizze, sia napoletane che alla veneta, ma con illustri docenti intratterrà il pubblico con qualificate conversazioni sul mondo della pizza, le materie prime, le tecniche di preparazione e cottura.

Sarà dunque un grande evento dove ancora una volta il made in Italy culturale e produttivo mostrerà il suo volto migliore, molto apprezzato in tutto il mondo.

TUTTOFOOD
MILANO WORLD FOOD EXHIBITION

DI PATRIZIO CARRER

Tuttofood, a Milano dal 8 al 11 maggio,
spazio al Made In Italy e alle eccellenze alimentari.

Il momento di matching tra domanda e offerta più internazionale in Italia, in costante evoluzione per anticipare e interpretare tutte le tendenze più interessanti. Questa la formula vincente di TUTTOFOOD, che si tiene con cadenza biennale, negli anni dispari, presso il quartiere fieramilano a Rho. Articolata in 12 settori che coprono tutte le specializzazioni del settore, di cui due new entry nel 2017, in sole 5 edizioni TUTTOFOOD ha conquistato la terza posizione tra le fiere agroalimentari B2B in Europa. Un primato fatto dalla qualità del business insieme con i (grandi) numeri. A dirlo è la viva voce degli operatori, praticamente all'unanimità: il 94% degli espositori è soddisfatto della qualità dei visitatori allo stand, l'88% dell'affluenza e l'86% dei contatti generati. I visitatori di TUTTOFOOD, infatti, sono decisori del mondo food & beverage che qui scelgono dove investire: il 38% decide in autonomia sul budget, il 44,7% contribuisce al processo e solo il 17,3% non è coinvolto nel processo di acquisto. Un riscontro che si riflette nella riconferma con largo anticipo della presenza nel 2017 di numerosi grandi player, delle principali regioni produttive italiane, nonché di rilevanti associazioni dell'agroalimentare, oltre che di aziende e collettive internazionali. A sottolineare il ruolo centrale assunto nel panorama europeo, cresce ancora la partecipazione di produttori internazionali, che associano ormai il food a Milano, grazie anche all'operazione Expo2015, che ha fatto della metropoli milanese il luogo deputato alle relazioni internazionali nel ambito del food e delle food policy.





Molte le novità nella prossima edizione. Nei settori merceologici Fruit Innovation – la fiera del comparto ortofrutticolo che abbina prodotti e tecnologie – completerà la manifestazione con la filiera del fresco. L'altra grande première sarà TUTTOHEALTH: un'area che va oltre il concetto bio – linea diffusa tra gli stand di quasi tutti gli espositori – per abbracciare un concetto di benessere a tutto campo, fino alla nutraceutica, con il coinvolgimento di un partner qualificato. In crescita anche due degli storici fiori all'occhiello di TUTTOFOOD: TUTTODAIRY, il settore dedicato ai latticini, che oggi affronta nuove sfide come il free-from e i nuovi mercati che scoprono i formaggi italiani; e TUTTOFROZEN, l'area riservata al surgelato, una modalità salubre e sostenibile di conservare gli alimenti coniugando la freschezza e la naturalità con la comodità, quindi sempre più adatto agli stili di vita dei consumatori di domani. Altra grande novità sarà Spazio Nutrizione: una vera e propria macro-area di conoscenza e condivisione che si esprimerà in 4 aree tematiche, ciascuna focalizzata su esigenze specifiche: Adult, dedicata al ruolo della nutrizione come prevenzione negli adulti; Kids, che toccherà invece gli aspetti inerenti ai più piccoli; Earth, per una nutrizione sana, naturale e sostenibile sotto tutti i punti di vista; Sport, che offrirà preziosi spunti e informazioni agli sportivi sia professionisti sia amatoriali. Realizzato con la partnership scientifica di Akesios Group, negli anni pari Spazio Nutrizione si terrà al Centro Congressi Mi.Co. dove debutterà dal 5 al 7 maggio prossimi. L'appuntamento TUTTOFOOD è in fieramilano a Rho dall'8 all'11 maggio 2017.



CIBUS
CONNECT
conferences • workshops • expo





DI CATERINA ORLANDI

Cibus connette a Parma l'industria alimentare italiana con il mondo

Dopo il successo del padiglione ad Expo2015 ed una edizione straordinaria nel 2016, Cibus diventa annuale: negli anni dispari si terrà "Cibus Connect", un format agile di soli 2 giorni che coniuga il momento espositivo con quello business B2B e quello convegnistico finalizzato alla divulgazione dei temi di attualità in ambito food e retail internazionale. Cibus Connect 2017, organizzato da Fiere di Parma e Federalimentare, si terrà a Parma da mercoledì 12 aprile a giovedì 13 aprile 2017. Vi esporranno oltre 500 aziende alimentari italiane selezionate in due padiglioni che presenteranno nuovi prodotti, illustrati da molteplici show cooking. Saranno presenti anche 50 produttori selezionati da Slow Food che si propongono a nuovi mercati.

Cibus Connect rappresenta anche un momento di incontro della community agroalimentare italiana e di programmazione della prossima edizione di Cibus 2018.

"Far conoscere non solo la qualità dei nostri prodotti, ma il valore assoluto dell'industria alimentare italiana – ha dichiarato Luigi Scordamaglia, Presidente di Federalimentare - modello di riferimento apprezzato e sostenibile sullo scenario mondiale, ma anche leva di rilancio economica ed occupazionale per il nostro Paese. Per farlo ci rivolgiamo a target diversi: buyer, giornalisti, investitori non solo per la promozione del business a breve ma per il consolidamento di una reputazione unica nel tempo.





A questo serve Cibus Connect, uno strumento per dare continuità al messaggio anche negli anni dispari con strumenti efficaci e sperimentati quali incoming di operatori, visita dei territori e delle più qualificate realtà produttive".
"Avendo come base una strategia di trasparenza totale – ha proseguito Scordamaglia - fieri ed orgogliosi di mostrare quello che siamo In un anno in cui l'Italia sarà il palcoscenico di importanti appuntamenti internazionali. E nessuno meglio di Cibus può comunicare tutto questo. Da qui il motivo dell' accordo decennale tra Federalimentare e Fiera di Parma tra chi quindi non è minimamente interessato a copiare manifestazioni fieristiche internazionali con la stereotipata presenza di espositori di tanti Paesi; ma piuttosto tra chi vuole che Cibus sia sempre di più l'appuntamento mondiale in cui l'agroalimentare italiano si racconta rimanendo protagonista unico ed assoluto".

L'export alimentare accelera ancora - 500 aziende italiane vocate all'esportazione esporranno i loro nuovi prodotti – Tra questi 50 produttori selezionati da Slow Food – Attesi centinaia di top buyer esteri e migliaia di operatori italiani. Tra i contenuti più attesi, quelli del Forum Agroalimentare Ambrosetti durante il quale Valerio De Molli illustrerà i risultati della ricerca realizzata per Federalimentare e Fiere di Parma e quindi il position paper su come "Sostenere la crescita e l'internazionalizzazione nel lungo periodo delle imprese del settore Food & Beverage. Analisi e riflessioni", nell'ambito del quale i partecipanti potranno conoscere posizionamento e prospettive del Food made in Italy rispetto alle politiche assortimentali della distribuzione internazionale.
L'export delle industrie alimentari italiane nel 2016 ha raggiunto la cifra record di 30 miliardi di euro (38 miliardi se si considera tutto il comparto agroalimentare) crescendo del 3,6% rispetto al 2015. Un dato molto positivo anche perché si colloca in un contesto di rallentamento generalizzato del commercio internazionale. I Paesi dove l'export alimentare continua a crescere sono alcuni mercati chiave come Usa, Germania, Francia, Spagna, Canada, Corea del Sud, alcuni Paesi dell'Est europeo (Slovacchia, Repubblica Ceca, Bulgaria, Polonia) ed alcune aree medio orientali (Libia, Algeria, Tunisia). Altri Paesi invece, soprattutto per motivi esogeni, arretrano come Cina, Giappone, Brasile e Turchia. Da segnalare finalmente la ripresa dell'export verso la Russia, +3,4% (Elaborazioni Centro Studi Federalimentare su dati Istat).



pizza e vino

La pizza e il Bardolino Chiaretto

Uno degli abbinamenti più indicati con la pizza è il vino, che tradizionalmente accompagna il piatto italiano più conosciuto e apprezzato nel mondo. La grande offerta di vini del nostro territorio, permette diverse combinazioni, ma per la sue caratteristiche e profumi, il Chiaretto si è dimostrato essere il vino ideale per la pizza.

Il Chiaretto è la versione rosata del Bardolino e viene ottenuto con le stesse uve, si tratta di un vino delle caratteristiche molto precise, il colore è rosa chiaro ed è caratterizzato da profumi di fiori, di agrumi, di piccoli frutti di bosco, di mela verde, di albicocca, di spezia dolce, di clorofilla. La sua sapidità e le sue note profumate sono ideali per un aperitivo e si abbina con gli antipasti, con i primi piatti, con il pesce sia di mare che di lago, con il sushi e con la pizza.



CARATTERISTICHE ORGANOLETTICHE

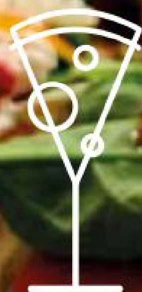
COLORE: rosa molto chiaro.

PROFUMI: delicati profumi agrumi (mandarino, kumquat, cedro), di piccoli frutti di bosco (lampone, ribes, fragolina), di albicocca e di fiori di campo, accompagnati da leggeri e rinfrescanti sentori di clorofilla e di mela acerba e da sottilissime venature speziate (cannella, vaniglia).

GUSTO: al palato il Chiaretto mostra la sua freschezza agrumata a una spiccata sapidità, che lo rende adatto all'aperitivo, così come agli abbinamenti gastronomici.

ABBINAMENTI: Il Chiaretto è perfetto come aperitivo o pre-dinner. In tavola, accompagna idealmente gli antipasti: salumi, antipasti di pesce o di verdure). Si abbina perfettamente con i primi piatti di pasta (con condimenti di carne, di pesce o di verdure) e con i ravioli. Sta a meraviglia con la tipica cucina estiva all'italiana: ad esempio l'insalata caprese (mozzarella, pomodoro e basilico), il prosciutto e melone, l'insalata di riso, il carpaccio di carne. Un curioso abbinamento è quello con i piatti a base di tartufo nero estivo (scorzone). È eccellente con il pesce, sia di mare che di lago, sia cucinato (alla griglia, al forno, al sale, bollito) che crudo (carpaccio di pesce). Da provare con la paella, oppure con il sauté di vongole, o ancora con i costacei (gamberoni alla griglia). Si adatta molto bene alla cucina orientale, anche speziata, ed è compagno ideale per il sushi.

DI **P.C.**



pizza e vino



L'ABBINAMENTO CON LA PIZZA

L'abbinamento con la pizza è stato proposto durante l'edizione 2016 di Vinitaly con delle degustazioni guidate firmate da Renato Bosco – Saporè, San Martino Buonalbergo (Vr) - che ha valorizzato le caratteristiche di questo vino, coniugandole con sapori tradizionali e innovativi. Non solo, la partnership fra il mondo della pizza d'autore e il classico vino rosato della riviera veneta del lago di Garda si è rinnovata con l'edizione 2017 della guida delle Pizzerie d'Italia del Gambero Rosso, in presentazione a Napoli lo scorso 22 settembre. Ed è proprio il Bardolino Chiaretto il vino che ha accompagnato tutta la giornata di presentazione della guida, fino alle serate in quattro tra le più note pizzerie di Napoli. Con i suoi dieci milioni di bottiglie prodotte annualmente, il Bardolino Chiaretto è il leader assoluto nel settore dei vini rosati italiani a menzione geografica. La pizza è uno dei suoi abbinamenti gastronomici ideali. "Capisco che ci siano diverse opinioni – spiega Franco Cristoforetti, presidente del Consorzio di tutela del Bardolino Chiaretto – quando si tratta di decidere che cosa bere con la pizza. C'è chi beve birra, chi acqua, chi una bibita gassata e chi non rinuncia al vino. Noi crediamo che il Bardolino Chiaretto stia benissimo con la pizza, perché la sua freschezza agrumata lo rende eclettico, in grado di accompagnare benissimo i vari ingredienti che la creatività del pizzaiolo unisce alla pasta. A partire dal pomodoro o dalla mozzarella, che oltretutto è un altro matrimonio classico del Chiaretto. E poi ci piace essere associati ai pizzaioli. Con il loro lavoro, contribuiscono quotidianamente a valorizzare quello straordinario patrimonio italiano che è costituito dalla pizza, così come noi, con il nostro lavoro nei vigneti affacciati sul lago di Garda e con la produzione del Bardolino Chiaretto, intendiamo contribuire a far conoscere e apprezzare la cultura italiana del vino rosato. Proprio per questo – conclude Cristoforetti – la nostra attenzione al mondo della pizza –continuerà anche con altre iniziative dedicate ad un settore che rappresenta una punta di eccellenza dello stile di vita italiano".

Costituito nel 1969, cioè appena un anno dopo l'adozione della doc per il vino Bardolino (datata 28 maggio 1968), il Consorzio di tutela del Bardolino è stato tra i primi consorzi vinicoli attivi in Italia.

Con Decreto del 5 novembre 2012 il ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali ha riconosciuto il Consorzio per la tutela del vino Bardolino doc, conferendogli l'incarico a svolgere le funzioni di tutela, promozione, valorizzazione, informazione del consumatore e cura generale degli interessi relativi alla docg Bardolino Superiore e alla doc Bardolino. (12A12163) (GU n. 269 del 17-11-2012) Le aziende socie garantiscono al Consorzio una rappresentatività pari a circa il 92% della produzione totale. In virtù di tale elevatissima quota di rappresentatività, il ministero delle Politiche agricole ha riconosciuto al Consorzio di tutela del Bardolino anche la funzione erga omnes sulla denominazione. A difesa del consumatore, per scelta del Consorzio, dalla vendemmia 2011 tutte le bottiglie di Bardolino e di Bardolino Chiaretto recano obbligatoriamente sul collo la fascetta di Stato, un contrassegno che garantisce il consumatore contro i rischi di contraffazione del vino. In aggiunta alle attività di legge, a favore dei produttori della denominazione, il Consorzio del Bardolino svolge anche attività tecniche nel settore fitosanitario, con il rilevamento periodico, a partire dal 1982, dei dati climatici mediante capannine meteorologiche in varie località e con l'emanazione, in collaborazione col Servizio Fitosanitario Regionale e con le Cantine sociali della zona, di un bollettino settimanale volto al corretto programma di difesa antiparassitaria, nel rispetto degli operatori agricoli, del prodotto uva e dell'ambiente di coltivazione.



Il Made In Italy nel mondo: Maria Ines Aronadio di ICE intervistata da Pizza e Pasta Italiana



D.ssa Aronadio, può illustrare ai nostri lettori, diffusi in tutto il mondo, come è organizzato l'ICE, l'Istituto italiano per il commercio con l'estero?

Certamente. Premetto che quest'anno l'ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane festeggia 90 anni (1926) di attività e per chi ci lavora da diversi anni, come me, rappresenta un motivo di orgoglio per la consapevolezza del suo ruolo centrale nei confronti dello sviluppo economico del paese nel contesto dell'internazionalizzazione delle imprese.
L'ICE-Agenzia è un ente dotato di personalità giuridica di diritto pubblico, sottoposto ai poteri di indirizzo e vigilanza del Ministero dello Sviluppo Economico che li esercita d'intesa con il Ministero degli Affari Esteri e sentito il Ministero dell'Economia e delle Finanze. Ha comunque una sua autonomia regolamentare, finanziaria, organizzativa, patrimoniale e contabile.
In parole semplici, l'ICE-Agenzia lavora da 90 anni a fianco delle aziende italiane per garantire loro il più ampio successo sui mercati internazionali e incoraggia le imprese estere a guardare all'Italia come un affidabile partner globale.
L'ICE-Agenzia, nella definizione del proprio Piano Promozionale a favore del Made in Italy, recepisce le linee direttrici della c.d. Cabina di Regia per l'Italia Internazionale, Co-presieduta dal Ministro degli Affari Esteri e dal Ministro dello Sviluppo Economico, il Ministro per i Beni, le Attività Culturali e il Turismo (che copresiede per le materie di propria competenza), il Ministro dell'Economia e Finanze, il Ministro per le Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, i Presidenti della Conferenza delle Regioni, di UnionCamere, Confindustria, Rete Imprese Italia, ABI e Alleanza delle Cooperative. Tali indirizzi strategici si traducono in attività concrete grazie al confronto con le organizzazioni imprenditoriali e gli altri soggetti pubblici e privati potenzialmente interessati
La sede centrale è a Roma ma in Italia è operativo anche la sede di Milano. All'estero l'ICE-Agenzia è costituito da una rete di 79 unità operative (http://www.ice.gov.it/sedi/index.htm) a disposizione delle aziende italiane. Questa struttura organizzativa consente di avere in Italia una centrale per la definizione di strategie di internazionalizzazione e all'estero un vero ufficio export attivo per rispondere a domande specifiche di ogni singolo imprenditore.



SOTTO
Maria Ines Aronadio, responsabile settore agroalimentare e vini di ICE



Un produttore italiano che voglia esportare i propri prodotti in un Paese dell'Unione Europea o in Paesi extracomunitari in che modo può avvalersi della vostra consulenza e della vostra assistenza ai fini di raggiungere l'obiettivo prefissato?

Innanzitutto, il portale www.ice.gov.it rappresenta il primo canale di accesso informativo per le imprese. Consultabile per rubriche, è in grado di fornire direttamente e gratuitamente una serie di servizi on-line indispensabili per un primo approccio ai mercati e ai settori di riferimento. Dal gennaio 2017 è previsto il rilascio di una nuova versione, molto più interattiva rispetto a quella attuale e quindi sicuramente di più facile fruibilità.

È sufficiente iscriversi gratuitamente cliccando su LOGIN nel sito dell'ICE-Agenzia.
Questa semplice azione permette all'azienda di essere costantemente aggiornata su tutte le iniziative promozionali organizzate dall'ICE-Agenzia nei vari paesi all'estero in tutti i settori del Made in Italy.
Nel 2015, l'ICE – Agenzia ha organizzato circa 850 eventi promuovendo 70 settori del Made in Italy in 60 mercati.
Tutta la rete estera dell'ICE-Agenzia è a disposizione delle aziende italiane per ogni tipo di servizio di assistenza e consulenza, per sviluppare azioni promozionali ad hoc, fornire informazioni sul Paese, sulle opportunità commerciali, sulle gare internazionali, su investimenti da e per l'Italia.
L'operatore può scrivere direttamente ai nostri uffici esteri in italiano.

C'è rapporto e se c'è in che termini fra le Agenzie ICE all'estero e le rappresentanze diplomatiche italiane?

Assolutamente sì. L'Ambasciatore è il capo di tutte le rappresentanze pubbliche istituzionali italiane all'estero e come tale coordina il Sistema Italia nella sua azione di sostegno al radicamento delle nostre imprese sui mercati stranieri. L'ufficio ICE-Agenzia in particolare è fortemente coinvolto con tutte le questioni di carattere commerciale curate dall'Ambasciata, oltre che responsabile in piena autonomia della realizzazione di tutti gli eventi previsti dal Piano Promozionale.

Quali sono i prodotti italiani più richiesti nel mondo, con particolare riferimento ai Paesi dell'UE, agli USA, al Sudamerica, all'Africa, alla Cina e al Giappone?

Dal Rapporto Commercio Estero 2015-2016 "L'Italia nell'Economia Internazionale", redatto ogni anno dall'ICE-Agenzia, emerge una fragile ripresa dell'attività economica mondiale nella prima parte del 2015 seguita purtroppo da un rallentamento nella seconda metà. Anche il 2016 è iniziato sotto il segno dell'incertezza e di un deterioramento delle prospettive di crescita particolarmente forte nelle economie emergenti e in quelle più fragili dell'Eurozona. In tale quadro internazionale comunque per l'Italia cresce il valore in euro delle merci esportate (+3,8) e di quelle importate (+3,3%).
Germania e Francia risultano sempre i principali mercati di sbocco delle vendite di merci (con quote rispettivamente pari a 12,3% e 10,3% delle esportazioni nazionali). Gli Stati Uniti si collocano al terzo posto tra i paesi partner con una quota dell'8,7%, seguono il Regno Unito e Spagna (5,4% e 4,8%). Da evidenziare i mercati di sbocco più dinamici come il Belgio (+0,2 punti percentuali rispetto al 2014), gli Emirati Arabi Uniti (+0,2 punti perc.) e il Canada (+0,1 punti perc.).
Tra i prodotti manifatturieri in cui l'Italia detiene nel 2015 le maggiori quote sulle esportazioni mondiali di merci si segnalano: materiali da costruzione in terracotta (19,8%); prodotti da forno e farinacei (12,8%); cuoio conciato e lavorato, articoli ad viaggio, borse, pelletteria e selleria, pellicce preparate e tinte (12,7%); pietre tagliate, modellate e finite (12,3%); cisterne, serbatoi, radiatori e contenitori in metallo (10,0%); articoli di abbigliamento in pelliccia (9,7%).
Per quanto riguarda il settore agroalimentare (prodotti dell'agricoltura, della silvicoltura e della pesca uniti ai prodotti alimentari, bevande e tabacco), nel 2015 l'export ha raggiunto i 36,8 miliardi di Euro a fronte dei 34,2 miliardi del 2014 registrando un aumento del 7,4%. Anche nei primi 6 mesi del 2016 si è registrato un positivo avvio ottenendo un aumento del +2,7%. Per i dettagli dell'export dei prodotti aroalimentari, si veda la tabella A) allegata.

Sempre per i prodotti agroalimentari, i principali paesi di esportazione, secondo le statistiche elaborate dall'ICE-Agenzia sulla base dei dati ISTAT per tutto i il periodo 2015 e gennaio-settembre 2016 sono quelle riportate nella tabella B) allegata.



PizzaMaster® forni con Pietra refrattaria

La più ampia gamma al mondo di forni elettrici modulari: una serie di forni unica con una soluzione ottimale per qualsiasi tipo di cottura su pietra refrattaria. Per l'efficienza di cottura con una temperatura che può raggiungere i 500 °C, il risultato di qualità superiore e una capacità senza paragoni, i forni PizzaMaster® sono in grado di sostituire qualsiasi altro tipo di forno come i forni a tunnel, a legna o a gas.





PizzaMaster® forni CounterTop

I forni Multiuso CounterTop uniscono comodità e flessibilità con prestazioni e capacità come nessun altro forno.

PizzaMaster® forni Modulari

I forni Modulari uniscono velocità e qualità di cottura con prestazioni e capacità come nessun altro forno.



La più ampia gamma al mondo di forni elettrici modulari - **80 misure diverse, più di 1 000 combinazioni**

PizzaMaster®



Distributore autorizzato per Nord Italia:
AV BAKING SRL
***SEDE:** Viale Sondrio, 3-20124 Milano, Italy*
T. +39 393 859 6012
www.avbaking.it
alessandro@avbaking.it

***SHOWROOM:** Via G. Vittorio 16/E*
40013 Castel Maggiore (BO), Italy
T. +39 051 634 3815
www.ecotecbologna.it.
info@ ecotecbologna.it.



Distributore autorizzato per Sud Italia:
SCARANGELLII HOTELLERIE
70026 Modugno (BA), SP 231 EX SS 98 - KM 80+600
T. +39 080 5323261 // +39 0805352919 // +39 339 769 1352
www.scarangellihotellerie.it
info@scarangelli.it

PizzaMaster by Svenska Bakepartner AB. Headquarter Svezia Centralino: +46 (0)33 230 025, www.pizzamaster.com, info@bakepartner.com



Secondo gli studi compiuti dall'ICE, quali sono le prospettive future per i prodotti agroalimentari e industriali italiani?

Secondo l'ultimo Rapporto ICE – Prometeia "Evoluzione del commercio estero per aree e settori" per il periodo 2017-2018 si prevede un'accelerazione degli scambi mondiali e una conseguente crescita del commercio di manufatti con tassi del 3% e del 4,7% su base annua: inferiori alla media storica ma oltre il PIL mondiale e in grado di confermare l'export come componente imprescindibile per la crescita. L'export continuerà a essere cruciale per le nostre imprese.
In particolare, l'export alimentare crescerà in media del 3% all'anno nel prossimo biennio a prezzi correnti, grazie ad una domanda estera congeniale alla specializzazione dell'Italia.
I mercati prioritari per l'ICE-Agenzia nel 2017 saranno gli USA, come continuazione del precedente piano già attuato da 2 anni; la Cina, in relazione ai settori agroalimentare, meccanica, sistema casa e il commercio digitale. Si lavorerà per rafforzare la presenza sui mercati dell'Unione Europea, soprattutto Germania, e recuperare terreno in Russia presidiando il settore della meccanica, visto ancora l'embargo in essere per i nostri principali prodotti agroalimentari (ortofrutta, caseari e carni) fino al dicembre 2017. Maggiore attenzione ai paesi ASEAN (Sud Est Asiatico), penetrando i mercati emergenti ad alto potenziale quali ad esempio Iran e Vietnam per il settore agroalimentare. Grande impulso verrà dato ad iniziative volte a favorire la vendita all'estero dei prodotti italiani su canali di e-commerce che potrebbe offrire opportunità di visibilità e vendita a PMI in mercati complessi e lontani come quelli asiatici.

Cosa consiglierebbe agli imprenditori italiani che desiderano iniziare una loro attività di esportazione?

Prima cosa, l'azienda si deve chiedere se ha le capacità per relazionarsi al di fuori del contesto nazionale. Non tutte le aziende che vengono da noi sono pronte per affrontare i mercati esteri.
Non basta avere un prodotto di successo nel mercato interno per poter esportare ottenendo gli stessi risultati. Ogni mercato ha le sue peculiarità.
Quindi molto in breve, l'azienda dovrebbe:

1) fare un'analisi accurata della struttura organizzativa interna, compresa la disponibilità di risorse umane specializzate in commercio estero;
2) capacità di analizzare l'orientamento al mercato dell'impresa, studiando le leve del successo del prodotto nel mercato interno e capire se tali ragioni e condizioni sono ripetibili su altri mercati e paesi e orientare così le scelte strategiche;
3) individuazione del mercato estero più adatto, raccolta di tutte le informazioni (gusti, usi e costumi e normative di legge) sul mercato individuato, sui concorrenti presenti, definire obiettivi di vendita e di distribuzione, disporre di sito internet con lingua veicolare e di materiale informativo aggiornato; valutare anche se sia necessario apportare delle modifiche ai propri prodotti per renderli conformi alle esigenze dei clienti esteri o alle normative vigenti nei paesi di sbocco;
4) stima delle risorse finanziarie necessarie per la realizzazione del progetto di internazionalizzazione
5) preliminare registrazione di marchi e brevetti nel paese ove si vuole esportare il proprio prodotto per evitare che concorrenti possano arrivare prima e appropriarsi del diritto di sfruttamento

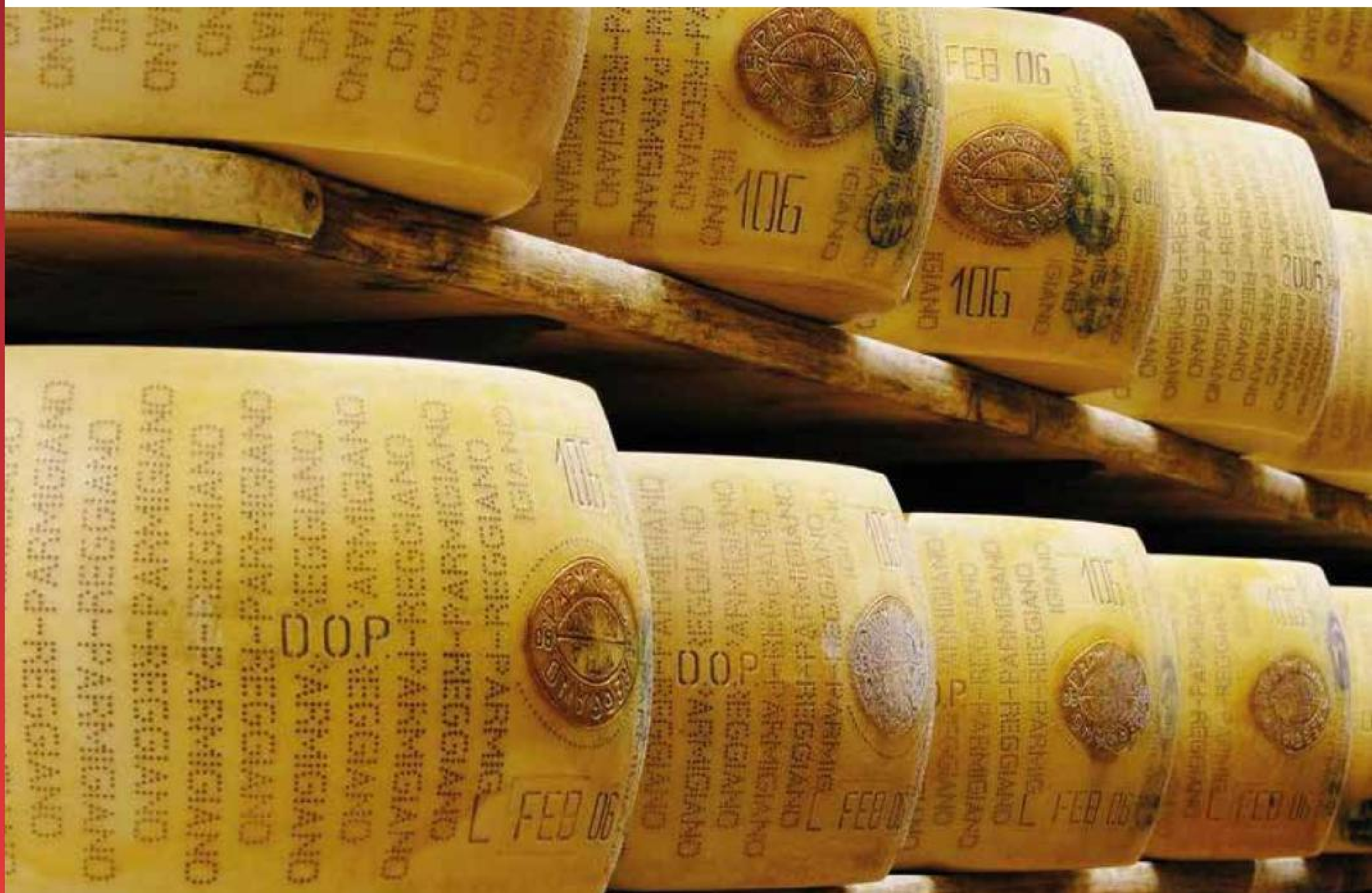
Una volta verificati gli elementi sommariamente indicati sopra, l'azienda è pronta per un primo contatto con uno dei nostri uffici all'estero che grazie al personale in loco, costituito da analisti di mercato con competenze settoriali, potrà confermare l'opportunità di avviare le azioni di contatto con potenziali buyers, offrendo servizi di ricerca di controparti che consetiranno l'avvio di accordi commerciali concreti.
Un ulteriore strumento per un'azienda, che non ha ancora esportato, può essere costituita dalla partecipazione a manifestazioni fieristiche o workshop incluse nel nostro Piano Promozionale che in 2-3 giorni forniscono un bagaglio di informazioni di estrema importanza prima di penetrare qualsiasi mercato estero di interesse.

Made in Italy, un bene da tutelare

Dal vino al caffè, dai formaggi all'olio: il settore agroalimentare italiano è il fiore all'occhiello della produzione, ma molto spesso viene sottoposto a contraffazioni e tassazioni che ne limitano la distribuzione. La confusione data dall'utilizzo di marchi fuorvianti che nulla hanno a che fare con i prodotti italiani, spesso e volentieri rappresentano un danno non solo per le aziende, ma anche per i consumatori, che consumano in questo modo alimenti che non hanno un'origine certa né tantomeno una preparazione adeguata. Che i prodotti agroalimentari italiani siano molto apprezzati all'estero è una realtà ormai ampiamente confermata e il valore economico che rappresentano non solo è molto alto essendo anche una delle principali voci attive dell'export italiano. E quali sono, in ordine d'importanza, i prodotti agroalimentari italiani più apprezzati e più richiesti nel mondo? Innanzi tutto c'è il vino. In questo settore l'Italia ha superato la Francia sia in quantità venduta sia in fatturato, dando un forte contributo al consolidamento dell'economia agricola del nostro Paese in tutte le venti regioni. Il Prosecco per esempio ha ottenuto nel corso del 2016 importanti successi commerciali tanto da diventare un must nei paesi del Nord Europa e in Inghilterra.

Segue la pasta, prodotto italiano per eccellenza, la cui qualità è molto superiore a quella prodotta all'estero. Va aggiunto che la cultura alimentare e produttiva italiana ha saputo valorizzare al meglio le forme, le

SOTTO *Parmiggiano Reggiano*







A SINISTRA
un esempio di falso alimentare

QUI ACCANTO
il vino è il prodotto italiano più esportato

cotture e i condimenti, ottenendo risultati di straordinaria eccellenza che il mondo ci invidia. I formaggi invece rappresentano un'altra importantissima voce del Made in Italy: il grana padano, una vera e propria bandiera del made in Italy, espressione, assieme al parmigiano-reggiano, di una storia che affonda le radici nel lontano Medioevo, una storia intessuta di intelligenza, dedizione, cultura, operosità che va fortemente sostenuta, anche perché molto amata dai milioni di italiani che vivono sparsi nel mondo. Vale la pena inoltre di ricordare che anche pecorino romano ha avuto un'impennata nelle esportazioni, attestandosi tra i più apprezzati prodotti lattiero caseari nel mondo. I prodotti dolciari invece meritano una riflessione a parte: molti nostri concittadini sono sempre pronti a criticare quanto facciamo e produciamo in Italia e a esaltare i prodotti esteri, e lo si può capire, essendo sempre vero il detto che "l'erba del vicino è sempre più verde", come dire che i prodotti degli altri sono migliori dei nostri. Ma non è assolutamente così. Il cioccolato prodotto in Italia, per limitarci a un esempio, è giustamente considerato dagli esperti il migliore al mondo, sia per scelte di ottimi cacao, sia per seria lavorazione con aggiunta di materie prime di assoluta qualità come l'olio evo e assolutamente non il famigerato olio di palma. È poi risaputo che i pasticceri italiani primeggiano ogni volta che si presentano nelle competizioni internazionali, segno che accanto a materie prime di grande qualità ci sono tecniche operative serie e raffinate, con risultati che affascinano anche i turisti stranieri più esigenti. Non è poi per nulla il caso se il panettone e il pandoro, per citare i due più celebri dolci natalizi italiani, sono richiestissimi in tutto il mondo. Alla bravura di chi prepara e sceglie la materia prima si unisce l'alta professionalità dei pasticceri, sia quelli artigiani sia quelli che operano nelle grandi industrie dolciarie italiane.
Anche frutta e verdura italiane sono molto gradite all'estero e il motivo è sempre lo stesso: alta e altissima qualità, ampiamente riconosciute ovunque. Un settore a volte non sempre attentamente considerato, ma molto apprezzato all'estero è quello dei salumi. In questo campo la tradizione italiana è antichissima, migliorata e affinata nel corso dei millenni, tanto che oggi la delicatezza e il profumo dei prosciutti italiani, a cominciare dal parma, dal san daniele e dal Berico-Euganeo non hanno uguali nel mondo, poi, sempre fra i prosciutti Dop, ci sono quelli di Carpegna, di Modena, il Toscano. Di grande bontà il Prosciutto di Sauris, quello di Norcia e l'Amatriciano. Poi c'è la straordinaria serie di salumi, pancette, ossocolli, mortadelle, salsicce, ecc. in una varietà e bontà che esalta le tradizioni locali di tutta Italia. Un capitolo importante riguarda il caffè. L'Italia non è produttore di caffè, ma le aziende italiane sono le migliori al mondo per torrefare i chicchi e realizzare delle miscele capaci di affascinare quanti amano questa bevanda. Non è un caso che il caffè italiano, quello prodotto da decine di torrefattori italiani, è presente da tempo in tutti i continenti e nei migliori caffè, ristoranti ed alberghi del mondo.
Concludiamo quest'ampia rassegna con un prodotto "italiano" che sta conquistando sempre più amatori: la birra italiana. È pur vero che esistono le grandi multinazionali della birra, aziende enormi e potenti con filiali in tutto il mondo, ma è altrettanto vero che la vera birra italiana e, ultimamente, quella artigianale stanno conquistando il mondo anglosassone, dall'Inghilterra agli Stati Uniti d'America, ma non solo, espressione di un italian style che è diventato quasi una filosofia di vita, la ricerca di quel piacere alimentare che l'Italia sa produrre e regalare con bravura, serietà e generosità. Un altro prodotto italiano di altissima eccellenza è l'olio extravergine d'oliva. È vero che il primo produttore e il primo detentore di marchi oleari è la Spagna, ma abbiamo visto recentemente quante porcherie ci sono sotto certi nomi anche altisonanti. L'olio extravergine d'oliva italiano, in particolare il DOP, è quanto di meglio possano trovare i consumatori più esigenti e i ristoranti più attenti alla qualità e i frantoi italiani – quelli seri e fidabili sono numerosi in tutta la penisola – danno ai consumatori le massime garanzie qualitative.
E all'estero lo sanno bene.



QUI ACCANTO
olio d'oliva



DI CATERINA ORLANDI

La fotografia del settore agroalimentare secondo Coldiretti.

Intervista a **Lorenzo Bazzana** – responsabile economico Coldiretti



Fondata nel 1944, Coldiretti è la principale Organizzazione degli imprenditori agricoli a livello nazionale ed europeo e raccoglie più di un milione e mezzo di associati. Il punto di vista di Coldiretti è quindi fondamentale per capire prima di tutto qual è lo stato di salute del settore agroalimentare italiano, le criticità, le eccellenze e proprio a Coldiretti abbiamo chiesto di offrire un punto di vista sulla già citata proposta "semaforo". Ne abbiamo parlato con il dott. Lorenzo Bazzana, responsabile economico di Coldiretti.



La Reginella,
la regina della vostra tavola

La nuova linea pizzeria del Molino Scoppettuolo, nasce per chi va alla ricerca di sapori "antichi", inebrianti, inconfondibili e sublimi caratteristici della vera pizza realizzata grazie alla farina di eccellenza prodotta con grani di qualità ed alta professionalità.

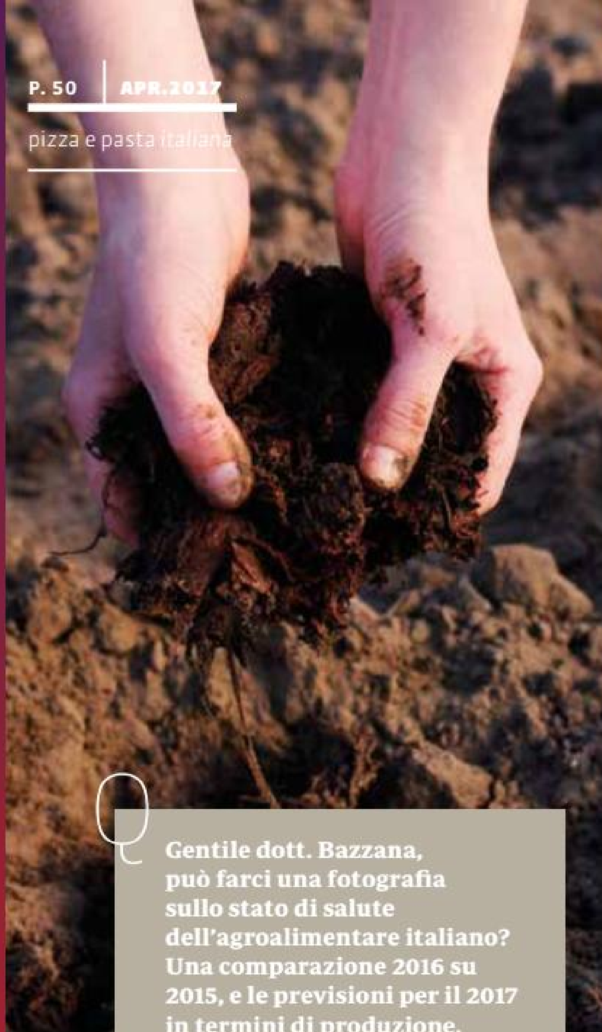


MOLINO SCOPPETTUOLO





Per saperne di più sui nostri prodotti consultate il sito www.molinoscoppettuolo.it





IN FOTO
Lorenzo Bazzana

Gentile dott. Bazzana, può farci una fotografia sullo stato di salute dell'agroalimentare italiano? Una comparazione 2016 su 2015, e le previsioni per il 2017 in termini di produzione, consumi ed esportazioni.

Non ci sono ancora dati complessivi per il 2016, poi bisognerà vedere a consuntivo quanto le calamità naturali hanno influito sull'andamento economico.
2016 Import – Export 38 Meuro + 3%, 2016 cifra record, dato positivo. Tuttavia i consumi interni sono ancora fermi.

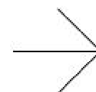
Come vengono considerati qualitativamente parlando i prodotti italiani (materie prime e prodotti finiti) nei principali paesi in cui esportiamo?

Solitamente, il prodotto italiano viene considerato come un prodotto di qualità, di gamma medio alta, categoria premium, anche se ci sono molte varietà di prodotto anche tra i prodotti italiani; anche da qui si percepisce che il prodotto italiano è apprezzato molto apprezzato perché è uno tra i più contraffatti, il famoso Italian sounding.

I nostri concittadini consumano italiano o si tratta di una quota inferiore rispetto a chi acquisita e consuma prodotti esteri?

I dati ci dicono che gli italiani preferiscono mangiare italiano, infatti c'è una ricerca continua da parte dell'industria di italianizzare le proprie proposte. Le aziende mirano a produrre 100% italiano anche se non è obbligatorio dichiararlo in etichetta ma le aziende lo fanno già spontaneamente.

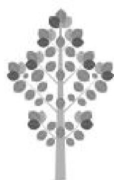
Ad esempio se si scrive 100% italiano, è molto importante perché ci dice del legame con il territorio. Ad esempio anche la materia prima non è necessario scrivere in etichetta la provenienza ma solo dove il prodotto (stabilimento) viene lavorato.



IN FOTO
Manifestazione Coldiretti



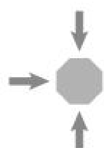




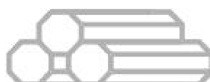
100% PURO FAGGIO
Non contiene impurità, né corteccia, né collanti né idrocarburi, né alcun tipo di additivo aggregante



UMIDITA'≤ 8%
'O Sole mio permette di raggiungere la temperatura perfetta in un lampo.



ULTRA COMPATTO
Grazie alla tecnologia di produzione unica risulta essere il più duro e compatto sul mercato



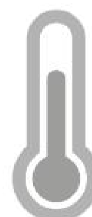
FORMA OTTAGONALE BREVETTATA
Soluzione unica che assicura Maneggevolezza e Stabilità evitando il rotolamento in platea.



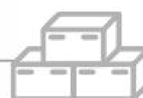
CONVENIENTE
A parità di peso e ingombro surclassa di gran lunga in resa anche la migliore legna tradizionale



IL PIU ALTO POTERE RADIANTE INFRA-ROSSO
Ideale per la cottura nel forno refrattario perché permette di cuocere non solo per Conduzione e Induzione ma anche per Irraggiamento.

TEMPERATURA COSTANTE PIU' A LUNGO


Rende molto meglio della legna tradizionale perché l'essenza del faggio migliore.



STOCCAGGIO SEMPLIFICATO
Ogni scatola pesa 18 kg e contiene 8 tronchetti permettendo facilità di stoccaggio, ordine e pulizia sotto al forno.

PULITO
Testato e certificato da analisi chimica e batteriologica per la cottura di alimenti



ECOLOGICO
Riduce le emissioni di monossido di carbonio nell'atmosfera, ma anche la fuliggine nel camino.



'O SOLE MIO E' IL FUTURO DELLA TRADIZIONE



Il Tronchetto 'O SOLE MIO è Pura Energia da Biomassa, è Pura Essenza di Legno vergine dal Faggio Migliore.

'O SOLE MIO offre una alternativa ecologica piu conveniente e piu potente alla legna tradizionale perche ha un rendimento superiore e un potere calorifico costante.



'O SOLE MIO
il tronchetto

SITTA
Benessere Eco-Innovativo

San Giovanni al Natisone (UD) / Italy
T. +39 0432 756883 / F. +39 0432 757462
sitta@sittasrl.com / **www.sittasrl.com**



Risponde al vero che per alcune produzioni (pane, pasta e dolci, olio) dobbiamo ricorrere a prodotti di importazione?

Pane e dolci sono 60% di importazione. L'industria dipende dall'importazione dei grani dall'estero, non esiste un'etichettatura sul grano utilizzato. Olio di oliva ha una grande esportazione.

Vi è un problema in Italia di aziende che producono all'estero, lo importano e lo

E' un dato di fatto che ci sono aziende italiane che producono all'estero. Non dovrebbe essere così, ma non c'è l'obbligo ad oggi di indicare lo stabilimento ma solo l'industria, il luogo di trasformazione, così come non è obbligatoria l'origine della materia prima utilizzata.

da parte delle grandi multinazionali sui prodotti esposti nei punti vendita da dove e perché è nata? Quale autorità ha attualmente una vera e riconosciuta competenza per dare ai cittadini di Paesi tra loro diversi, con abitudini alimentari anche molto diverse tra loro, un colore – ovvero un valore – ai prodotti agroalimentari?

La proposta del semaforo è stata pensata dalla GB e trova albergo e giustificazione solo in una scelta politica, anche se visto che la GB vuole uscire dalla UE sembra il tutto essere abbastanza assurdo. Questo semaforo indica solamente il livello nutrizionale quindi livello grassi, zuccheri, proteine, quindi è un paradosso ma ad esempio la coca cola contiene meno zuccheri di una spremuta di frutta, l'olio di oliva è 100% grasso ma non dice che è ricco di antiossidanti, quindi il semaforo è rosso. Si tratta di un'informazione parziale, saltano fuori in etichetta solo alcuni aspetti nutrizionali e non tutti e quelli importanti. Inoltre ogni paese avrà un proprio istituto alimentare e questa non è la procedura per informare il consumatore. L'etichettatura è l'unica via, che esprima gli ingredienti + trasformazione + origine. Il semaforo fa un danno perché da una fotografia sbagliata per il tipo di prodotto sia in Italia che all'estero.

Che rapporto ci sarebbe tra l'impiego del semaforo e i prodotti di base della dieta mediterranea?

Il concetto corretto è quello della piramide alimentare, gruppi alimentari per avere un'alimentazione variata e completa.

Non sarebbe migliore, utile e corretto per gli acquirenti qualificare i prodotti agroalimentari in vendita con la bandiera del Paese dove quel prodotto è nato (e non dove è avvenuta la confezione) o ci sono controindicazioni?

L'informazione sarebbe tracciabilità materie prime, stabilimento, tracciabilità interna ed esterna.





Già in veranda.

www.risposurgelati.it



i "Percorsi di Gusto" *di* Marzia Buzzanca

Marzia Buzzanca è l'anima del ristorante " Percorsi di Gusto" a L'Aquila: nata a Tripoli, ha raccolto l'eredità del padre Umberto, proponendo una cucina dai sapori tradizionali ma con punte di eccellenza ed innovazione. " Percorsi di Gusto" rappresenta a tutti gli effetti la storia di Marzia Buzzanca, ambasciatrice della pizza per slowfood, detentrice di 3 spicchi per la guida Gambero Rosso, premio Ruota d'Oro del Touring Club, Oscar della pizza 2016 a Identità Golose. Il calendario di "Percorsi di Gusto" è ricco di appuntamenti ed eventi dedicati all'alta cucina, primi fra tutti le cene "a 4 mani" con i più importanti nomi della cucina italiana, Davide Oldani, Alfonso Iaccarino, Heinz Beck, Debora Corsi e altri importanti nomi illustri della pizza e della cucina. Chef e Sommelier nell'enoteca Vinalia, Marzia Buzzanca fa di necessità virtù diventando nel 2010 pizzaiola a seguito del terremoto de L'Aquila del 2009.

Dopo 7 anni passati nel centro storico aquilano, nel Febbraio 2016 si trasferisce subito fuori le mura dello stesso in Viale della Croce Rossa civico 40, per i lavori riguardanti la ricostruzione nello stabile della sede precedente. La filosofia è rimasta la stessa, con pizzeria e cucina gourmet, ampliando il menù con nuove ricette e ridisegnando gli spazi del locale, tanto è successo con gli spazi rispetto alla sala precedente. "Percorsi di gusto" è un locale di dimensioni contenute, 40 coperti, nel periodo estivo si ha anche la possibilità di essere serviti nel cortile privato all'interno della roccia con un piccolo giardino di spezie e fiori. La redazione di Pizza e Pasta Italiana ha chiesto a questa brillante chef, pizzaiola e sommelier, una ricetta di pizza che esaltasse i sapori del territorio aquilano, così importante e ricco di significati per la nostra tradizione enogastronomica e culturale.

SOPRA
Marzia Buzzanca

SOTTO
un'opera esposta nel locale: "Ogni Percorso ha la sua Forchetta"





La ricetta:

Impasto con Farine Semintegrali e Lievito naturale.
Lievitazione 32 ore.

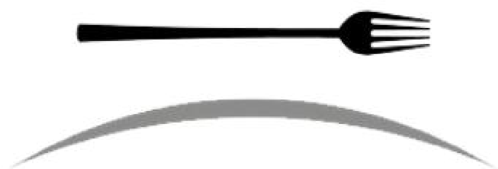
ingredienti:
— *mozzarella*
— *cime di rapa*
— *capesante*
— *sesamo tostato*
— *blend Mumbai*



Mettere la pizza in cottura con la mozzarella, nel frattempo cuocere con il burro le capesante, le cime di rapa sono state precedentemente lessate e poi spadellate con olio e sale.

Una volta cotta spicchiare in otto ed adagiare ad ogni fetta la verdura, le capesante un pizzico abbondante di sesamo ben tostato ed il blend Mumbai che consiste in polverizzazione di peperoncino e spezie.

Una volta farcita tutta la pizza nel piatto mettere un giro di olio extra vergine a filo.



La pizza è dedicata allo chef Francesco Apreda l'artefice di vari blend utilizzati sulle pizze di Marzia Buzzanca.



Berberè a Castel Maggiore, le pizze di alta qualità dei fratelli Aloe.

Berberè a Castel Maggiore è il primo locale avviato dai fratelli Aloe nel 2010 presso il lifestyle Shopping Center Le Piazze, a pochi chilometri da Bologna. Dotato di cucina a vista, è qui che lo chef Matteo Aloe e lo chef di pizza Massimo Giuliana studiano le nuove pizze e sperimentano prodotti e accostamenti di sapori. 60 sedute, la prima opera muraria della serie di wall painting delle artiste TO/LET che caratterizzano tutti i locali Berberè, installazioni degli artieri Pastore e Bovina alle pareti e oggetti di design che arredano lo spazio: il locale ha uno stile giovane, contemporaneo e allegro e accoglie la clientela in un'atmosfera calda e piacevole.

I fratelli Aloe e la passione per la pizza.

Matteo e Salvatore Aloe sono due fratelli calabresi. Entrambi si trasferiscono a Bologna per studiare Economia, coltivando da studenti la loro passione per il cibo. Matteo, 30 anni, laureato in Economia e Marketing con una tesi sul " Restaurant marketing", è cresciuto con una forte passione per la cucina, che si è trasformata in lavoro prima con alcune esperienze in diversi ristoranti a Bologna e Milano, fra cui il Joia di Pietro Leemann, e nel 2014 come stagista al Noma di René Redzepi.

Salvatore Aloe, che di anni ne ha 37, dopo la laurea in Economia Politica conseguita nel 2003 all'Università di Bologna, si sposta a Milano per lavorare nel ruolo di Development manager per una fra le prime realtà in Italia a investire nella formula del factory outlet. Nel 2007 è Responsabile retail in una grande società cooperativa attiva negli ambiti del real estate e del project financing, che gli ha permesso di sviluppare capacità imprenditoriali e manageriali.

Parallelamente la passione per il cibo condivisa con il fratello Matteo e soprattutto la voglia di intraprendere una sfida ambiziosa, quella di creare un format ristorativo rivoluzionario che avesse come punto focale la pizza artigianale e l'idea di convivialità. Dopo la prima pizzeria Berberè creata nel 2010 a Castel Maggiore, i due fratelli aprono altri 5 locali, quattro in italia (dopo Castel Maggiore, Bologna, Firenze, Torino e Milano) e uno a Londra (Radio Alice).

La Ricetta



Un abbinamento ad un vino consigliato, con relativa etichetta. Pinot Nero dell'Azienda Valturio

Ecco la ricetta e la proposta di Berberè
Prosciutto crudo, stracciatella, olio all'arancia, fiordilatte.
Il prosciutto crudo utilizzato è quello della Macelleria Zivieri di Monzuno (http://macelleriazivieri.it/zivieri/)

Ingredienti

280g di impasto
100g di burrata
75gr di fiordilatte
5gr di olio all'arancia
100g di prosciutto crudo
(Macelleria Zivieri di Monzuno)



Per prepare l'olio all'arancia:

10 arance, 500ml di olio d'oliva
Pelare le arance con il pelapatate ed eliminare la parte bianca. Sbollentare per 1 secondo e raffreddare in acqua e ghiaccio.
Asciugare per bene e frullare con l'olio alla massima velocità per 3-4 minuti. Filtrare con un colino fine e conservare.

Per preparare l'impasto:

Noi utilizziamo lievito madre vivo e un tempo di lievitazione di 24h a temperatura ambiente.
Sciogliere 2g di lievito in 800g di acqua, aggiungere 500g di farina tipo 1, far girare l'impastatrice per 10 minuti, fermare e far "riposare" l'impasto per 30 minuti. Aggiungere altri 500g di farina tipo 1, impastare a velocità 1 per 15 minuti, aggiungere 20g di sale e far girare a velocità 2 per 5 minuti. Fermare, formare le pezzature da 280g, coprire con pellicola e far lievitare per 24h.
Stendere le palline aiutandosi con un po' di semola, infornare con la fiordilatte tritata per circa 15 minuti a 220°C.
All'uscita rompere la burrata, disporla sulla pizza, aggiungere le fette di prosciutto crudo e fare un giro di olio all'arancia.

Mario Signorile, creatività ed esperienza in pizzeria.



ACCANTO
Il primo posto di Mario Signorile durante l'edizione 2011 del Giropizza d'Europa – Parigi.

Mario Signorile è proprietario dal 2002, della "Pizzeria del Centro" locale con servizio d' asporto situato a Turate in provincia di Como. Il locale di Mario Signorile ha costruito il proprio successo attraverso una continua evoluzione, sperimentando nuovi impasti e accostamenti, esaltando sapori e creatività in cucina, utilizzando prodotti naturali -come il lievito madre per tutti gli impasti – e con un' accurata scelta delle materie prime offerte alla propria clientela. Mario Signorile, che gestisce la pizzeria con la moglie Antonella, vanta un ampio palmares di premi e riconoscimenti, a dimostrazione della grande competenza del pizzaiolo comasco: nel 2010 ha vinto il Campionato Europeo della Pizza, sempre lo stesso anno si è aggiudicato il gradino più alto per la categoria "pizza più larga" al Campionato Mondiale della Pizza – successo che ha poi bissato a Las Vegas durante il Pizza Expo nel 2012- il primo posto ottenuto nell'edizione 2011 del Giropizza d'Europa e ad Aprile 2014 la vittoria per la gara di "Pizza a Due" al Campionato Mondiale della Pizza.

Non solo grandi soddisfazioni nelle competizioni, Mario Signorile è attualmente Istruttore con Percorso Formativo Certificato presso la Scuola Italiana Pizzaioli,e tiene corsi di formazione per aspiranti pizzaioli presso la sede di Turate in provincia di Como.



Molini Spigadoro S.p.A.
Via IV Novembre, 2/4 - 06083
Bastia Umbra - PERUGIA (Pg) - Italy
info@molinispigadoro.com - **www.molinispigadoro.com**



SUPERCREMA
Crusca e Germe Fermentati

Raccontarla è difficile, bisogna provarla.
È un ingrediente che garantisce molteplici benefici.

Che cos'è SUPER CREMA NUTRIDEA?

Una novità per la panificazione con Crusca, Germe e Fermenti lattici.

Perché utilizzare la SUPER CREMA NUTRIDEA?

— Migliora la lavorabilità ed l'elasticità degli impasti,
— Aumenta il tempo di conservazione dei prodotti
— Conferisce ai prodotti finiti una fragranza ed un profumo inconfondibili.

Il consumatore ama il sapore che sprigionano il pane, la pizza e ogni altro prodotto realizzato usando una piccola percentuale di SUPER CREMA NUTRIDEA. Questi plus, associati ai valori nutrizionali e alla concentrazione di fibra solubile del prodotto finito, fanno di SUPER CREMA NUTRIDEA un ingrediente irrinunciabile.

I benefici dei prodotti fermentati sono noti fin dall'antichità, ma oggi, grazie alle nuove tecnologie, si traducono in un ingrediente per la panificazione facile da utilizzare e di sicura efficacia. Oggi sappiamo che la fermentazione ha la caratteristica di rendere più ricco di fibra solubile, di enzimi, di vitamine, antiossidanti, acido lattico ogni alimento.

Un miglioratore naturale per la fragranza, la lievitazione, il gusto e la salute.

Per un buon risultato consigliamo di aggiungere in ricetta da 50 a 100 g di SUPER CREMA NUTRIDEA per ogni kg di farina, in base alle preferenze.

RICETTA:
Focaccia romana con crema di crusca e germe fermentati

1 Kg Farina PIZZA ROMANA SPECIAL
70-100 g Crema di Crusca e Germe Fermentati
20 g Sale
40g Olio Extravergine di Oliva
700-800 gr c.a. Acqua
3-8 g Lievito di birra fresco

Mettere nell'impastatrice tutta la farina e far ossigenare per circa 3-4 minuti.

Aggiungere il lievito e l'acqua un po' alla volta 3-4 riprese. Tra la seconda e la terza ripresa di acqua aggiungere la crema di crusca. Quando l'impasto ha preso consistenza aggiungere il sale, quindi aggiungere l'olio.

L'impasto deve risultare molto morbido e malleabile.

Il giorno consecutivo toglierlo dal frigo e a impasto freddo preparare le palline della pezzatura scelta.

Quando il volume sarà triplicato, condire a piacere e cuocere a 310°-330° per 6 min. c.ca.

25% DI SCONTO PER L'ACQUISTO DELLA CREMA DI CRUSCA
NEL NOSTRO SHOP ON-LINE
WWW.MOLINISPIGADORO.COM
CODICE SCONTO DA INSERIRE IN FASE DI ACQUISTO:
pizzaepasta
SCADE IL: 31/08/2017



la ricetta di Mario Signorile

Ricetta impasto : farina 00, w 300, idratazione 60%, sale iodato 2,5% Olio extravergine di Oliva 3% e 20% lievito madre liquido. Dopo aver preparato l'impasto e dopo averlo porzionato, viene messo in cella di lievitazione a una temperatura di 30 gradi con umidità del 75%. Successivamente va conservato in frigorifero e fatto maturare dalle 36 alle 48 ore a 6/7 gradi circa. Prima di essere utilizzato, l'impasto viene ripassato in cella di lievitazione e portato a una temperatura tra i 23 e 25 gradi in modo da favorire il giusto sviluppo e cottura dello stesso.

Ricetta farcitura : mozzarella fior di latte, bresaola della valtellina IGP, asparagi freschi grigliati, cialde di grana padano IGP, mousse di gorgonzola IGP e mascarpone.



ACCANTO
Podio della gara di pizza a due, primo classificato durante l'edizione 2014 del Campionato Mondiale della Pizza.

CUOR DI PELATO.
INSIEME PER TOCCARE LE STELLE.



Densa e cremosa, Cuor di Pelato conserva tutta la dolcezza dei Pelati Cirio nella prima polpa ottenuta dal pomodoro italiano per eccellenza. Freschezza e qualità per chi sa che, in cucina, al Cuor non si comanda.

CIRIO
1856
Alta Cucina
AL SERVIZIO DEL TUO TALENTO

cirioaltacucina.it





Carciofi d'Italia:

ALLA SCOPERTA DELLE VARIETÀ MIGLIORI

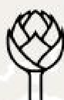
Una delle eccellenze agroalimentari italiane, moltiplicata in decine di varietà squisite espressione della diversità geografica delle regioni di provenienza, è il carciofo. L'Italia ne detiene il primato mondiale a livello di produzione e le zone di maggior coltivazione sono la Sicilia, la Sardegna e la Puglia. Derivato dal cardo selvatico, il carciofo è originario dal Vicino Oriente ed è stato introdotto in Italia dagli Arabi, al Centro-Sud, e dai Veneziani per le coltivazioni presenti in laguna. Il nome ha origini arabe: si chiama harsûfa, poi in spagnolo alcachofa, e poi appunto carciofo.
Le varietà che si coltivano in Italia possono essere classificate, in base alle caratteristiche agronomico-commerciali, in due grandi gruppi: uno autunnale, la cui produzione si estende in primavera fino a maggio, dopo una stasi invernale, ed uno primaverile, da febbraio-marzo fino a maggio-giugno, coltivato nelle aree costiere dell'Italia centro-settentrionale. Tra le più di 90 varietà di carciofo coltivate nel mondo si distinguono le varietà spinose da quelle inermi, cioè senza spine.



DI CATERINA VIANELLO

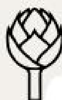
Carciofo spinoso di Albenga

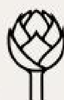
Noto anche come il violetto spinoso della Liguria. Ha trovato il suo habitat ideale in terreni collinari o pianeggianti, dal clima mite; non sopporta gli sbalzi di temperatura, che compromettono la nascita dei frutti. Si raccoglie da inizio novembre fino a fine maggio. Non confondetelo con le altre specie del centro e sud Italia: ha forma conica del capolino, foglie esterne (brattee) acquerellate di verde scuro con sfumature violacee e spine giallastre. Rispetto al sardo è meno fibroso e ha sapore più delicato: estremamente tenere, croccanti e dolci le foglie, che lo fanno apprezzare ancor più se consumato crudo. Se siete amanti di torte salate, il consiglio è quello di farne l'ingrediente principale, accanto alle bietoline.



Carciofo Violetto di Sant'Erasmo

Prodotto di eccellenza dell'isola che viene da sempre considerata l'orto di Venezia e cioè Sant'Erasmo, il carciofo Violetto esprime tutta la ricchezza organolettica lagunare in una dolcezza ed in un sapore assolutamente peculiari. Tenero, carnoso, poco spinoso (meno di tutti gli altri carciofi italiani), di forma allungata, con le brattee di color violetto cupo che racchiudono un cuore dal gusto inconfondibile. I primi carciofi, raccolti all'inizio di aprile si chiamano castraure e sono il frutto apicale della pianta, che viene raccolto per primo per permettere lo sviluppo di altri 18-20 carciofi laterali. Rarità richiestissima, le castraure hanno un gusto originale leggermente amarognolo e sono molto versatili in cucina, oltre che dall'inestimabile valore organolettico.



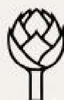


Carciofo Violetto di Toscana

Colore violetto e forma ovoidale, ha foglie molto scure all'esterno e quasi bianche all'interno. E' una particolarità che trova corrispondenza anche nella consistenza delle brattee, molto dure e coriacee quelle esterne, decisamente tenere quelle interne. Nonostante sia apprezzato oltre i confini regionali, nel corso del tempo la superficie coltivata a carciofo violetto è diminuita. Voi, invece, approfittate di un viaggio in Toscana per assaggiarlo, in particolare abbinato a pecorino e fave, un piatto che rende omaggio alla primavera.

Carciofo romanesco IGP

Eccola, la mammola: è uno dei tipi più noti tra le varietà italiane. Ha forma sferica, compatta ed è privo di spine: le brattee esterne hanno colore verde con sfumature violette. Si raccoglie da febbraio a maggio e viene prodotto nelle provincie di Viterbo, Roma e Latina (i comuni sono Montalto di Castro, Canino, Tarquinia, Allumiere, Tolfa, Civitavecchia, Santa Marinella, Campagnano, Cerveteri, Ladispoli, Fiumicino, Roma, Lariano, Sezze, Priverno, Sermoneta, Pontinia). Conosciuto sin da epoca romana, il Romanesco si è adattato alle condizioni pedoclimatiche laziali aiutato anche dalle caratteristiche ottimali dei terreni dove viene coltivato. In cucina è diventato uno degli ingredienti principe della cucina tipica romana: sicuramente il piatto che ne celebra al meglio carnosità e sapore sono i carciofi alla Giudia, di origine ebraica.



Carciofo di Paestum

Prodotto in molti comuni della provincia di Salerno, il Carciofo di Paestum proviene dal gruppo dei carciofi di tipo Romanesco, ma ne differisce per precocità: è infatti presente sul mercato già dal mese di febbraio (la raccolta termina il 20 maggio). Ha capolini teneri e delicati, così come le brattee. Tondo, compatto e senza spine, ha pezzatura grossa, forma sub-sferica e sapore gradevole. Da documenti statistici del Regno di Napoli si scopre che il carciofo era presente in zona sin dal XIX secolo: è tuttavia attorno agli anni '30 del 1900 che lo sviluppo della coltura si fa più significativo, in seguito alle opere di bonifica e di trasformazione agraria. In cucina è ghiottissimo trasformato in crema e come ripieno di pasticci: la maestria dei campani tuttavia non poteva non rendergli omaggio rendendolo ingrediente principe di una pizza.

Carciofo brindisino IGP

Eccellenza pugliese nota sin dalla prima metà del 1700 (nel 1773 l'Abate Vincenzo Corrado, di Oria, riporta una quindicina di ricette in cui è presente) il carciofo Brindisino si distingue per la particolare tenerezza e sapidità dei capolini, legate alla quantità di potassio presente nel terreno e alla conformazione tufacea del litorale adriatico. Ha brattee compatte, carnose e tenere e un sapore dolce che lo rendono apprezzato anche per il consumo crudo. La zona di produzione comprende i comuni di Brindisi, Cellino San Marco, Mesagne, San Donaci, San Pietro Vernotico, Torchiarolo, San Vito dei Normanni e Carovigno. La raccolta inizia dal 1 novembre e termina il 30 maggio dell'anno successivo, secondo disciplinare.

Carciofo spinoso di Sardegna DOP

Sapore gradevole, dato dall'equilibrio tra amarognolo e dolciastro, colore verde con ampie sfumature violetto-brunastre, polpa tenera e brattee strettamente pressate le une alle altre: sono queste le caratteristiche principali del sarciofo Spinoso di Sardegna. Prodotto in alcuni comuni delle province di Cagliari, Carbonia-Iglesias, Medio Campidano, Oristano, Nuoro, Ogliastra, Sassari, Olbia-Tempio è presente sull'isola da secoli. Se testimonianze scritte si ritrovano già nella seconda metà del XVIII secolo, è tuttavia con i primi decenni del '900 che il carciofo dell'isola vive il passaggio fondamentale da una produzione destinata all'autoconsumo ad una orientata verso i mercati di consumo nazionali ed internazionali, che determinano la sua notorietà anche fuori dalla Sardegna. La raccolta va dal 1° settembre al 31 maggio. In cucina è tradizione la cottura in umido, in olio extra vergine d' oliva, aglio, prezzemolo e timo. Arricchisce poi piatti di carni, ovine e caprine, minestre asciutte e di riso e zuppe. Ottimo, infine, sott'olio.

Carciofo spinoso di Menfi

Se ne ha notizia dall''800, quando il terreno dedicato si estendeva al tempo dal fiume Carboj all'attuale Riserva naturale Foce del Belìce, territorio fertilissimo.
È una varietà autunnale, dalle brattee verdi con sfumature violette. La sua particolarità sono le grandi spine dorate per le quali in passato era conosciuto anche con il nome di "spinello". Certamente ostiche in cucina, le spine non impediscono tuttavia al carciofo di Menfi di essere valorizzato a tavola. Aromatico, croccante e delicato è molto ricercato per la cottura alla brace e per la produzione di sott'oli, caponate e paté. La raccolta va dalla fine di novembre fino alla fine di aprile: la data che chiude la stagione è tradizionalmente è il primo maggio, quando i menfitani si ritrovano in campagna per arrostire gli ultimi carciofi rimasti su braci di potature di olivo o olivo.

Le birre della Gran Bretagna



illustrazioni di Antonella Manenti

di Alfonso Del Forno

In compagnia di Belgio e Germania, la Gran Bretagna rappresenta una delle culle brassicole mondiali. Il forte potere socializzante della birra trova la massima espressione proprio nel Regno Unito, dove da sempre è presente questa bevanda fermentata. Ciò che maggiormente caratterizza le produzioni anglosassoni è la semplicità, coniugata al grande equilibrio tra le materie prime. Solitamente di bassa gradazione, le birre tradizionali sono prodotte con malto d'orzo e luppoli del territorio, come l'orzo Maris Otter e i luppoli East Kent Golding e Fuggle. L'aspetto territoriale è molto sentito soprattutto in riferimento alla birre tradizionali inglesi, le cosiddette Real Ale, il cui recupero e valorizzazione è da anni l'obiettivo principale del CAMRA (Campaign for Real Ale), un'associazione nata nel 1971.



CAMPAIGN FOR REAL ALE







Il primo gradino nell'approccio alle birre anglosassoni è sicuramente rappresentato dalla Mild, di basso tenore alcolico (intorno ai 3%), spesso di colore scuro, dal gusto dolce tipico di caramello, sono sempre meno richieste e prodotte, rischiando l'estinzione tanto che il CAMRA ha lanciato una campagna dal nome "Save the Mild".

Un passo più avanti troviamo le Bitter, ben luppolate con luppoli autoctoni. Di basso tenore alcolico, raramente superano i 4 gradi, ricche di aromi che conferiscono note fruttate di grande intensità. Le bitter sono le birre favorite dei competenti bevitori tradizionali che esigono le "real ales" rigorosamente "cask conditioned", servite "a pompa" senza l'ausilio del gas, a temperatura corretta.

Tra le tipologie di birra di grande successo degli ultimi anni ci sono le Golden Ale. Apparse nella seconda metà degli anni '80, hanno da subito incassato il favore dei consumatori per le caratteristiche che le contraddistinguono: colore giallo dorato, agili nella bevuta, grazie al corpo esile, ben luppolate e con una buona secchezza finale. Dopo vari tentativi realizzati da diversi birrifici, la prima Golden Ale che ha fatto tendenza è stata la Summer Lighting di Hop Back Brewery. Questa tipologia di birra ha affermato il proprio successo negli anni ed è riuscita nell'intento di far riconoscere lo stile dal CAMRA nel 2005.



Le Pale Ale (ales pallide) sono birre ambrate o ramate ma vennero chiamate così in contrapposizione alle più popolari e scure porter. Di gradazione intorno ai 5 gradi alcolici, ben luppolate e con un retrogusto secco, le pale ale incontrano il gusto dei bevitori anglosassoni ed americani. Questi ultimi ne propongono una versione ancor più luppolata con luppoli aromatici come il Cascade, Chinook e Willamette, coltivati soprattutto nella WestCoast settentrionale, stati di Washington e Oregon in testa.



Le birre che venivano trasportate nelle colonie in India a partire dal 18° secolo, venivano chiamate India Pale Ale (IPA). Per superare indenni i lunghi viaggi per mare, erano più alcoliche e più luppolate ancora delle pale ale classiche. Tali caratteristiche sono rimaste e nel caso dell'interpretazione americana, ancor più accentuate. Le IPA stanno avendo un preoccupante declino in patria mentre raggiungono un crescente successo in America e in Asia. Stile tipico del nord dell'Inghilterra, ora un po' in declino, caratterizzato da un colore marrone e da dolci note di caramello e nocciola avvertibili sia a livello olfattivo sia gustativo.



Salendo di complessità, troviamo birre dal bel color marrone scuro con riflessi rubino, le Scotch Ale. Queste si differenziano dalle più secche e luppolate consorelle inglesi per le note decisamente maltate e dolci e per il tenore alcolico più elevato. Sono classificate in base al grado alcolico dalle denominazioni Light, Heavy, Export e Strong. Tuttavia i più tradizionalisti preferiscono ancora rapportarle agli scellini che si pagavano per le tasse: 60/, 70/, 80/ e 90/ a seconda del crescente tenore alcolico.
Adatte anche all'invecchiamento, a volte confuse con le meno alcoliche e complesse strong ale, le forti, scure, fruttate e "vinose" Old Ale rappresentano una tipologia antica e di grande valore.



Per finire questa prima parte del percorso brassicolo anglosassone, troviamo le straordinarie Barley Wine (vino d'orzo). Queste birre sono tra le più forti birre al mondo, paragonabili ai vini sia per il tenore alcolico che per le note olfattivo-gustative. Tipiche birre da meditazione, calmanti e perfette da bere nei freddi mesi invernali, vicino al caminetto, con un buon libro, prima di coricarsi.
Il barley wine per eccellenza è la Thomas Hardy's Ale prodotta dalla Eldridge Pope fino al 1999.







LA GRANDE SCOPERTA DEL FRUMENTO

LA STORIA DELLA PIZZA



di Giampiero Rorato

Entriamo, da questo mese, in un campo ricco e affascinante, a volte anche problematico, poiché nel corso del tempo, tra selezioni clonali, incroci, modificazioni genetiche oggi per molti è difficile orientarsi.
Già non è facile individuare quando e dove è nata la parola stessa "frumento", visto che nel latino antico – quindi oltre duemila anni fa – si trova scritto ora furmentum, e ora frumentum, anche se si è d'accordo nel far derivare questo termine dal latino frui che significa godere (di un raccolto), come è poi confermato dal temine latino fruges (in senso lato: "prodotti della terra", e in senso più ristretto "cereali", termine usato in passato in contrapposizione alle "leguminose").
Uguccione da Pisa, vescovo di Ferrara dal 1190 sino alla morte (1210), giurista e lessicografo di notevole importanza per la sua cultura medievale, indica con chiarezza la derivazione da fruor (cioè: "utilizzo"), precisando che si tratta di sementi che producono le "messi", con cui cibarsi e si tratta di pianticelle che danno delle spighe che contengono dei chicchi.
Risulta dunque chiaramente che il termine frumento nasce in epoca romana e si perfeziona distinguendosi da altri prodotti similari nel corso del Medioevo.



I frumenti e la terra d'origine

Oggi con il termine "frumento" si intende il "grano da panificazione", detto "grano tenero" (Triticum vulgare o Triticum aestivu,m, secondo le classificazioni), In senso generico designa in modo collettivo anche le altre due specie di grani "nudi" e precisamente il Triticum turgidum (grano grosso) e Triticum durum (grano duro).
Ma dove è spuntata per la prima volta questa pianticella, divenuta col tempo fondamentale per l'alimentazione umana? Gli studiosi sono concordi nel ritenere che la terra d'origine del frumento sia quella parte della "Mezzaluna fertile" che era racchiusa tra i fiumi Tigri ed Eufrate, quella Mesopotamia che in questi ultimissimi anni è martoriata da una guerra che ha mietuto centinaia di migliaia di vittime la maggior parte delle quali innocenti, comprese donne, bambini e anziani; distrutto intere città e monumenti storici di straordinaria importanza culturale; devastato milioni di ettari di terra agricola.

Una riflessione sulla parola "frumento"

Come ben sanno i nostri lettori, questa nostra "Storia della pizza", ha l'ambizione di affrontare in modo culturale questo aspetto della storia alimentare, per cui mese dopo mese desideriamo approfondire al meglio sia le parole che usiamo (es.: frumento, grano, farina, ecc.), sia gli oggetti cui ci riferiamo (le stesse, ma anche focaccia, pizza, mulino, forno, ecc.), per cui in questo mese approfondiamo accuratamente la parola "frumento", per affrontare poi, nei mesi successivi, la storia dei primi frumenti (detti: grani antichi), e le modificazioni avvenute nel corso del tempo, soprattutto nella prima metà del secolo scorso.

Nell'antica Roma

Presso gli antichi Romani con la parola frumentum si intendevano i cereali in generale, per distinguerli da legumina, le leguminose (fava, lenticchie, cicerchie, ecc.). Fino al II sec. a.C. il frumentum più diffuso è il farro, soppiantato via via dal triticum (grano duro) e dal siligo (probabilmente grano tenero). Ma ci sono autori che danno alla parola fumento il significato che ha tutt'ora. Lo scrittore latino Tacito (54-117 d.C.), ad esempio, scrive che i Germani usano come bevanda un liquido (birra) ricavato dall'orzo o dal frumentum, da cui emerge con chiarezza che la parola frumento non indicava tutti i cereali, ma una specie ben precisa, come ben preciso è il riferimento all'orzo.





Nei secoli successivi

Lentamente, la parola frumento indica con crescente precisione una specie di cereale, vale a dire il "grano tenero", mentre il termine antico, siligo, che i Romani usavano per indicare il grano tenero nel corso del Medioevo finisce per designare la segale.
Fra i cereali il frumento emerge come il più importante e diffuso, anche se, come scrive lo storico dell'alimentazione Luigi Messedaglia nel 1924: "il fatto agricolo più importante dell'epoca barbarica fu la quasi completa cessazione della coltura del frumento nell'Italia superiore e centrale" Ma intanto il nome si rafforza e, appena possibile, la coltivazione del frumento rifiorisce nelle proprietà dei ricchi feudatari, poi nelle terre dei patrizi veneziani, dei duchi di Milano, di Ferrara, di Mantova, dei Medici in Toscana e così in altre parti d'Italia.

Dal frumento al pane e alle schiacciate

Da tutto questo excursus risulta chiaro che da Roma in poi c'è stata disponibilità di farina, anche se ci sono stati periodi di crisi e di carestia, soddisfacendo le esigenze alimentari della popolazione, quindi per produrre pane, pasta, dolci e schiacciate, le antenate delle nostre pizze.

La pizza proposta

da Pizza e Pasta Italiana

La Ricetta

Per l'impasto è stata usata una farina tipo 0 di frumento di grano tenero, di forza media, olio extravergine di oliva, sale, lievito e acqua.

Quantitativi per 1 litro d'acqua.
1,8 di farina di frumento di grano tenero 0
1 litro d'acqua
50 grammi di sale
5 grammi di lievito secco
50 grammi di olio extravergine di oliva

Per la preparazione si consiglia il metodo diretto, con una prima lavorazione su impastatrice a spirale e poi riposo a temperatura controllata (4°C). Per la massa di impasto ottenuta – circa 3 kg – da cui porzionale 15 palline da 200 gr o a scelta, 12 da 250 grammi.
Per la farcitura invece si è scelta una base bianca, con mozzarella fiordilatte, una crema di radicchio rosso, fette di pancetta messe a fine cottura, foglie di radicchio precedentemente spadellate con un filo d'olio d'oliva.



info@campionatomondialedellapizza.it
WWW.CAMPIONATOMONDIALEDELLAPIZZA.IT

CAMPIONATO MONDIALE DELLA PIZZA





8-9-10 MAG 2017

COSA:
26ª edizione Campionato Mondiale della Pizza

COME:
Iscriviti online dal 2 gennaio

PERCHÈ:
Un'occasione unica per conoscere, confrontarsi, sperimentare e mettersi in gioco assieme ai più grandi esperti del settore.

DOVE:
Palacassa
PARMA

QUANDO:
8-9-10 maggio 2017

mediagraflab.it

Pizzeria Lombardi Napoli 1892, con sede in via Foria

La storica pizzeria napoletana della famiglia Lombardi, oggi arrivata alla quinta generazione



DI CATERINA ORLANDI



A FIANCO
entrata del locale negli anni '40

Il prof. Antonio Mattozzi nel suo "Una Storia Napoletana – Pizzerie e Pizzaiuoli tra Settecento e Ottocento (Slow Food Editore 2009), racconta della famiglia Lombardi come una storia semplice e lineare, ma anche dalle origini misteriose e leggendarie. Da documenti storici della questura appare un'iscrizione già nel 1896 dove è segnalata una pizzeria alla Strada Di Porto n. 161, intestata a Errico Lombardi, fu Tommaso, industriante di anni 34. Nel mese successivo, il 15 aprile, dallo stesso Errico, arriva una richiesta di trasferimento dal n. 161 al n. 9, che corrispondeva alla vecchia pizzeria degli Ottaiano, passato al figlio di Angela Maria, tale Malato Giovanni. Di lì a poco però, vuoi per la personalità di Errico, poco incline alla stabilità, vuoi perché la strada di Porto dopo poco venne abbattuta, decise di sbarcare il lunario cercando fortuna al di là del mare. Dopo il suo rientro dall'America, dopo circa 10 anni, insieme al figlio Luigi nel frattempo introdotto al mestiere di "Pizziuolo" aprì un locale in Via Tribunali accanto alla chiesa della Pietrasanta, per poi trasferirsi in via Benedetto Croce.

I racconti familiari però, patrimonio inestimabile della famiglia Lombardi, dicono ancora di più rispetto ai documenti. Infatti già nel 1892, Errico Lombardi, decisamente instabile come personalità ma con una forte passione per il suo lavoro, che gli permise di non abbandonare mai il suo mestiere, aveva iniziato a friggere pizze fritte con ciccioli e ricotta in un basso di Vico Limoncelli. Ovviamente è difficile documentare tale attività visto che probabilmente era sviluppata in nero senza nessuna segnalazione. E' da qui che ha inizio la storia della famiglia: da un piccolo basso, una schiumarola ed una padella. La storia di Via Fioria 12/14 - sede acquistata nel 1929 da Luigi Lomabrdi - è oggi la sede di proprietà della famiglia e parte da molto lontano.



Oggi Via Foria è l'unica attività di proprietà della famiglia Lombardi e l'unica che porta avanti la tradizione. I locali di Santa Chiara, dopo una precedente separazione aziendale dovuta a contrasti tra i figli, è stata ceduta da Luigi Jr alla Pizzeria Trianon, altra importante realtà napoletana nel campo della ristorazione. Il primato di Via Foria è quello di essere stato uno dei primi locali ad unire Pizzeria e Ristorante, a Napoli, prassi che si è notevolmente sviluppata poi, nonostante all'inizio i benpensanti storcessero il naso vedendo unire un piatto popolarissimo come la pizza alla più nobile arte della cucina napoletana.

La recente storia di Via Foria trova nei nuovi interpreti della famiglia Lombardi, una fortuna inconfondibile. Mentre gli altri rami della famiglia hanno deciso di intraprendere nuove strade, Gigi e Nando, rispettivamente primo e secondogenito di Enrico Lombardi, hanno ereditato la stessa passione dei loro antenati per questa nobilissima arte. Un legame indissolubile dimostrato da più di 40 anni di unione, cosa non facile da ritrovare in altre realtà imprenditoriali a carattere familiare.

SOPRA
Enrico e Carlo Alberto Lombardi, figli di Gigi e Nando Lombardi

— La "Quinta Generazione" Lombardi —

La nuova generazione, la quinta, è il più grande orgoglio della famiglia. Non per quello che hanno fatto, anche se Enrico Maria e Carlo Alberto sono già quindici anni che lavorano nell'azienda di famiglia. Lo scorso dicembre hanno collaborato alla creazione di una nuova associazione dall'acronimo UPSN – unione pizzerie storiche napoletane di cui è presidente Antonio Starita, di cui questa rivista ha riportato un articolo approfondito nel mese di settembre 2016.
La quinta generazione Lombardi cerca di interpretare le pizze storiche della tradizione napoletana con un pizzico però di innovazione, sposando così anche le richieste dei tempi che cambiano, ecco allora che nascono pizze alternative con impasti sempre più digeribili e con farciture quali crema di basilico oppure ancora crema di noci preparata direttamente dalla famiglia Lombardi. La sfida di oggi è cercare di essere sempre più imprenditori pur rimanendo degli ottimi pizzaioli. La grande sfida dei due cugini Lombardi, Enrico Maria e Carlo Alberto, rispettivamente 33 e 32 anni, è quella di rappresentare l'enorme bagaglio storico di cui sono ultima espressione ed accompagnarlo, rinforzandolo e rinnovandolo nello scenario futuro. Un rinnovamento articolato e difficile di cui si sono fatti completamente carico e che gli affida un peso non facile sulle spalle. La passione che entrambe hanno nel mestiere però, trasmessagli in primis dal nonno Enrico e poi da Gigi e Nando, rendono la fatica più "saporita".



Le ricette di pizza della famiglia Lombardi sono radicate nella tradizione napoletana, quindi solo farine d tipo 00' o 0' con utilizzo di tecniche di impastamento che vado a rispettare le tempistiche di maturazione. Olio di oliva non viene messo nell'impasto ma solamente sopra la pizza a fine cottura, perché altrimenti questo grasso vegetale anche a dare troppa croccantezza all'impasto. Tutti gli ingredienti utilizzati sono a km 0 perché vengono acquistati ogni mattina all'alba dal vicino mercato rionale Dei Vergini. Il giovane Enrico Lombardi dice che sono benvenute tutte le associazioni a tutela della storica del prodotto pizza e della tracciabilità della stessa proposta di prodotti e pizze napoletane, non solo a Napoli ma nel Mondo. A suo avviso le scuole che insegnano a fare la pizza sono la prima fonte preziosa di apprendimento per le giovani generazioni ma la gavetta in ogni caso, che uno sia nato pizzaiolo oppure che uno lo diventi è di fondamentale importanza per trasmettere l'amore per il mestiere nel piatto e al cliente.

E di ciò ringrazia infinitamente il padre!



Fior di Margherita:

Margherita con bocconcini di mozzarella di bufala con pomodoro San Marzano, olio evo, parmigiano reggiano e basilico. Impasto diretto 24 ore con Polselli classica, sale 50gr per litro di acqua.

MOSTRA D'OLTREMARE





ticket lab

SQUISITO EVENTI

TuttoPizza

SALONE INTERNAZIONALE DELLA PIZZA

STAND | SEMINARI | PROVE DI ABILITÀ
MUSEO DELLA PIZZA



NAPOLI
22>24
MAGGIO
2017

MOSTRA D'OLTREMARE
INGRESSO PIAZZALE TECCHIO

ORARI: **10.00 > 19.00**

IN CONTEMPORANEA



2° Trofeo Tuttopizza



PIZZACHEF

CORSO PER A.P.P.
ASSAGGIATORE PROFESSIONALE di PIZZA

INGRESSO GRATUITO
RISERVATO
AGLI OPERATORI
DEL SETTORE

INFO: +39 081 19173674
www.tuttopizzaexpo.com

main sponsor:



BANCA
POPOLARE
VESUVIANA



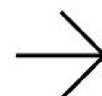
BAMBINI E **OBESITÀ**



Dott.ssa Marisa Cammarano
BIOLOGA NUTRIZIONISTA

L'OBESITÀ INFANTILE È, OGGI, UNA DELLE GRANDI EMERGENZE SANITARIE DEI PAESI INDUSTRIALIZZATI E L'ITALIA DETIENE IL PRIMATO NEGATIVO IN EUROPA DEI BAMBINI ED ADOLESCENTI CON ECCESSO DI PESO, UN FENOMENO PERSISTENTE E PIÙ MARCATO NELLE REGIONI DEL CENTRO E NEL SUD ITALIA.

Ecco perchè il Ministero della Salute ha messo a punto un piano nazionale per definire e mettere a regime un sistema di raccolta dati sullo stato nutrizionale dei bambini che coinvolge le Regioni e che permette l'acquisizione di informazioni dirette su alcuni parametri antropometrici (peso ed altezza), sulle abitudini alimentari e sull'attività fisica.
Secondo gli ultimi dati ufficiali, nel nostro paese, i bambini in sovrappeso sono il 20.9%, e quelli obesi il 9.8% compresi i bambini gravemente obesi che da soli sono il 2.2%.
La bella notizia è che le ultime rilevazioni registrano un calo del fenomeno, la cattiva notizia è che restiamo, comunque, in testa alla classifica europea.
Ciò che emerge, in sostanza, dal monitoraggio è che i bambini italiani seguono cattive abitudini alimentari e sono essenzialmente pigri, preferendo il computer alle attività ludiche all'aria aperta.
Dal punto di vista alimentare, molti saltano la prima colazione; altri fanno una colazione non equilibrata in termini di carboidrati e proteine. Inoltre, la maggior parte, fa una merenda abbondante a metà mattina ed il 25% dei bambini non mangia frutta o verdura.
Il 41% dei genitori ha dichiarato che i propri figli consumano abitualmente bevande zuccherate e/o gassate, e per giunta con il loro consenso.
La sedentarietà, nel nostro Paese, è molto diffusa sia in casa che a scuola.
Molti bambini non praticano alcuna attività fisica; il 18% pratica uno sport per un' ora a settimana, e solo uno su quattro si reca a scuola in bicicletta o a piedi.
Quasi la metà dei bambini monitorati, ha la televisione in camera, mentre il 35% guarda la TV o gioca con i videogame per oltre due ore al giorno.
La preoccupazione maggiore è dovuta, comunque, alla visione distorta ed approssimata che i genitori hanno verso l'approccio alimentare e del peso dei propri figli. Il 38% delle mamme intervistate non ritiene che il proprio figlio sia obeso, mentre il 29% non nota neanche gli eccessi nel consumo di cibo.
Dunque, non solo la mamma, ma entrambi i genitori e pure i figli possono essere educati efficacemente ad una dieta ed uno stile di vita più salutari.
E tale educazione dovrebbe coinvolgere precocemente l'intera famiglia.



LA CAUSA DEL SOVRAPPESO INFANTILE È DA RICONDURRE ALLO STILE DI VITA DEI GENITORI, ALLA LORO PRESENZA/ASSENZA, PIÙ CHE AD UN FATTORE GENETICO.

IL RUOLO DELLA FAMIGLIA NELL'EDUCAZIONE ALIMENTARE È FONDAMENTALE.

E' importante che i genitori diano il buon esempio, facciano attenzione a ciò che mangiano i figli e diano loro sane abitudini di vita. Devono essere consapevoli dei rischi di un' alimentazione squilibrata e soprattutto della situazione fisica dei loro figli.
I genitori spesso tendono a sottostimare il peso dei loro figli; la maggioranza dichiara che i figli godono di ottima salute, non considerando l'allargarsi del girovita, come un problema medico. Ancora pochi sono i genitori che ammettono che i loro figli mangiano troppo, oltre il doppio sono quelli che ritengono che i figli mangino poco. Le preoccupazioni dei genitori sono ancora troppo concentrate sulle carenze alimentari, quando il vero problema della nostra società e cultura alimentare è invece l'eccesso di cibo.
Il ruolo della scuola nell'educazione ad una sana alimentazione è molto importante, anche se quello famigliare lo è maggiormente. Abitudini alimentari corrette si acquisiscono fin da piccoli, con i comportamenti in famiglia e con l'esempio dato dai genitori.
L'eccesso di peso nel bambino determina una serie di gravi problemi di tipo medico, sia fisici sia psicologici, destinati ad accompagnarlo, aggravandosi, anche nell'età adulta.
Inoltre la possibilità di recupero da una situazione di obesità sono molto basse: si stima che circa il 75% degli adolescenti obesi oggi sarà obeso anche in età adulta.

Gli studi effettuati hanno messo in evidenza lo stato di sovrappeso dei figli con quello dei rispettivi genitori ed hanno rilevato una correlazione sul sovrappeso non solo nei figli biologici, ma anche in quelli adottivi; il girovita dei figli è tanto maggiore quando più lo è quello di uno, o peggio, di entrambi i genitori. E'quindi fondamentale sensibilizzare le famiglie ad assumere abitudini alimentari sane per il benessere di grandi e piccoli.
Analizzando i comportamenti dei bambini risulta piuttosto facile capire quali possono essere alcuni dei motivi dell'epidemia di sovrappeso nel nostro paese.

Guardare troppa televisione e fare poca attività fisica sono abitudini molto diffuse; i nostri figli passano mediamente due ore ogni giorno davanti alla TV, tempo che aumenta sensibilmente durante il fine settimana. Se a questo si sommano le ore passate sui banchi di scuola si fa presto a vedere come l'attività fisica, il movimento ed i giochi all'aria aperta abbiano uno spazio marginale nella loro quotidianità.
Per quanto riguarda le abitudini alimentari, anche in questo caso troviamo errori ricorrenti. A partire addirittura dalla durata dell'allattamento, ancora troppo breve; il 52% dei genitori dichiara che il figlio è



CSQA

RINTRACCIABILITÀ CERTIFICATA
UNI EN ISO 22005 — CERT. n° 37675



ALTA FIDUCIA ALIMENTARE

Sulla qualità mi gioco la faccia!



Saper Far Farina.

L'UNICO MOLINO
CHE CERTIFICA IL GRANO
ITALIANO
PER UNA PIZZA DAVVERO
TRICOLORE

Il marchio campi Protetti Pivetti certifica la completa tracciabilità e salubrità di tutte le farine Passione Pizza. Non solo maciniamo per voi i migliori grani italiani, ma selezioniamo i campi di provenienza nelleprovincie di Bologna, Modena e Ferrara che storicamente rappresentano le aree di coltivazione delle migliori varietà di frumento per pizza.

Scegli di offrire a tutti i clienti il gusto di una pizza 100% italiana, certificata e garantita.

www.pivetti.it - www.campiprotetti.it - info@pivetti.it



stato allattato meno di sei mesi, mentre le linee guida sostengono l'allattamento al seno almeno fino all'anno di età, perché è anche un fattore di prevenzione dell'obesità infantile.
Molti bambini hanno abitudini scorrette, se potessero mangerebbero in continuazione; rifiutano di assaggiare cibi nuovi e decidono che non amano alcuni cibi anche se non li hanno mai assaggiati.
Molti genitori usano il cibo come forma di ricompensa ed oltre il 50% insiste perché il proprio figlio mangi di più durante i pasti.
Non mancano famiglie che hanno anche abitudini corrette, che si assicurano di avere sempre a casa cibi salutari, che vietano ai ragazzi di mangiare davanti alla televisione o ai videogiochi, che proibiscono di portare il cibo in camera e che coinvolgono i ragazzi nella preparazione dei pasti.
L'importante è che siano sempre proprio i genitori a dare il buon esempio: se chi stabilisce le regole è il primo a non rispettarle, non saranno efficaci.
Non si può chiedere ad un bambino di mangiare le verdure se anche un solo genitore non le mangia.
Vale lo stesso discorso per la colazione, pasto importantissimo e spesso trascurato proprio dai più grandi.
Si consumano pochi cereali, soprattutto integrali, e troppe proteine, grassi e zuccheri semplici. Anche rispetto alle porzioni ed alle frequenze si hanno molte carenze. Verdura e frutta non vengono consumate abbastanza; molti bambini non le mangiano tutti i giorni e prediligono cibi troppo calorici.

I GENITORI SONO ANCORA TROPPO PREOCCUPATI DEL FATTO CHE I FIGLI NON MANGINO A SUFFICIENZA ALIMENTI CHE IN REALTÀ SONO SOVRABBONDANTI NELLA NOSTRA ALIMENTAZIONE.



LA SCIENZA DELL'ALIMENTAZIONE

come la carne, e non fanno attenzione al fatto che magari tralasciano il contorno di verdure.
Questo comportamento fa parte di un retaggio difficile da scardinare.
E' fondamentale la prima colazione; mangiare bene al mattino porta benefici al rendimento scolastico e migliora i rapporti con i compagni e con l'ambiente che circonda i bambini.
Non è vero che la merenda è una cattiva abitudine e che favorisce l'obesità; al contrario evita di fare pasti abbondanti a patto che non siano costituite da un dolce industriale o da bevande dolcificate.
Diventa importante svegliarsi prima la mattina per dedicare maggior tempo ad una prima colazione da fare tutti insieme. Deve comprendere latte parzialmente scremato, possibilmente non zuccherato, cereali integrali, un frutto o un succo di frutta.
Serve molta pazienza per far avvicinare i bambini al consumo di frutta e verdura; bisogna accettare i loro rifiuti e riprovare successivamente. Non bisogna fare ricatti, ma offrire sempre un'ampia varietà di verdure e frutti tra cui scegliere.
Nella vita quotidiana, la molteplicità di impegni, può rendere difficoltoso seguire le regole di una sana alimentazione. Si possono seguire semplici consigli per sopperire a tale difficoltà come accettare che il bambino smetta di mangiare quando si sente sazio e di lasciare che si serva da solo rispettando le sue preferenze senza sgridarlo se lascia degli avanzi nel piatto.

FAR GIOCARE IL PIÙ POSSIBILE ALL'APERTO I PROPRI FIGLI, IL MOVIMENTO È FONDAMENTALE PER BRUCIARE CALORIE.





Globalizzazione o difesa del territorio?

Entrando in un supermercato e fermandoci davanti a uno scaffale di prodotti in barattoli o di bottiglie d'olio d'oliva si resta colpiti dalla provenienza dei contenuti. Leggendo, se ci riusciamo, quanto scritto in caratteri minuscolissimi su quei barattoli metallici, si viene a sapere il nome di chi li ha confezionati, ma troppe volte l'origine del prodotto è ignota. Lo stesso vale per l'olio extravergine d'oliva o anche olio d'oliva, quando si trova scritto "prodotto nell'Unione Europea", termine che non significa nulla, perché può essere Spagna ma anche Africa del Nord o qualsiasi parte del mondo introdotto in Europa in modo illecito, cosa che i media hanno molte volte denunciato.
Questa è la globalizzazione, che significa che tutti i prodotti del mondo possono essere facilmente esportati in qualsiasi parte del mondo, per cui pian piano i singoli Paesi vanno perdendo le loro tipicità poiché a prevalere sono i prodotti più convenienti.
E lo sanno bene le multinazionali che, anche attraverso interventi di modifica genetica, privilegiano i prodotti che rendono di più, si conservano di più, producono di più, permettono di guadagnare di più. E tutto questo a scapito delle vecchie produzioni locali, le antiche varietà di frumento, di mais e di altri cereali; degli ortaggi di più lunga storia che le generazioni passate hanno lasciato che fosse la natura a modificarli, attraverso incroci spontanei, senza mai intervenire dall'esterno.
Lasciando alla natura di operare secondo le proprie leggi (non quelle seguite in certi sofisticati laboratori) ogni luogo è andato arricchendosi di prodotti locali, tipici di quel territorio e non di altri, in una moltiplicazione delle varietà che è la vera ricchezza alimentare offertaci dalla natura.

Il grande dilemma

Entrando in un supermercato ci si trova dunque davanti a una scelta: prendo il prodotto che costa meno, non importa da dove arriva o cerco il prodotto che nasce nel territorio più vicino, anche se costa un po' di più?
La stessa cosa riguarda il pane: prendo il pane prodotto dal mio fornaio artigiano o vado al supermercato e prendo del pane confezionato non importa dove, quando e come, costando meno di quello del mio fornaio artigiano?



DI NIVES PIVA

Una corretta risposta

Non c'è dubbio che molti, ritenendo di dover assolutamente risparmiare, acquistano quello che costa meno, ma in questo modo non si fanno i propri interessi. Quando si parla di cibo si parla di un argomento che riguarda la propria salute, per cui anche se si spende qualche centesimo di più al giorno per il pane artigiano o per l'olio extravergine d'oliva (100% italiano), o per prodotti in barattolo dichiarati 100% italiani o per carne italiana sia ha la certezza di acquistare cibo sano e salutare, dal momento che l'Italia è il Paese con le leggi igienico-sanitarie più rigide di ogni altro paese dal mondo e ciò è una seria e ottima garanzia.

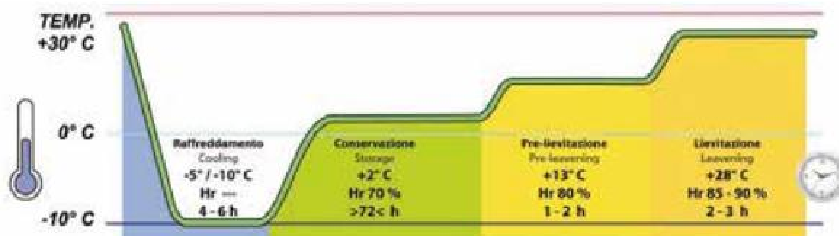
Quale prodotto dunque acquistare? Precisiamo meglio la risposta che abbiamo dato. Da preferire sempre e comunque i prodotti di casa nostra, ma anche altri Paesi producono bene e, con un po' di attenzione, si possono acquistare bene anche prodotti provenienti dall'estero. Lo facciamo già con le banane e l'altra frutta esotica, con la quinoa, i semi di chia (Salvia Hispanica), lo Champagne e moltissimo altro ancora. L'Italia, fin dai tempi dell'antica Roma, ha, infatti, sempre importato quanto di buono ha trovato nel mondo e l'ha fatto suo – dal frumento alle viti, dalle spezie allo stoccafisso, dai pomodori al cacao, dal tacchino al caffè – per cui non ha senso bloccare questi scambi e queste importazioni. Ma occorre fare attenzione che siano prodotti buoni, sani, capaci di arricchire e variare utilmente la nostra alimentazione, trascurando i prodotti altrui che sostituiscono i nostri, solo perché costano meno. E questa è un'attenzione che ci aiuta a spendere bene e ad alimentarci bene..

OSSERVATORIO HOST

host Milano

FIERA MILANO SPA
S.S. Sempione, 28
20017 Rho - Milano
Tel: +39 02 4997.1

La refrigerazione: elemento chiave della cucina moderna



L'utilizzo delle tecnologie e tecniche rivolte al mondo del freddo sono sempre più importanti anche nel settore della pizza e non solo per l'arte dolciaria oppure ancora per la panificazione. La vivacità e la capacità di sviluppare ricerca e innovazione delle aziende italiane, molte e ben organizzate, che operano nel comparto del freddo ovvero produttori di vetrine, banchi, armadi refrigerati e fermalievita, come

- **Friulinox**
- **Everlasting**
- **Tagliavini**
- **Coldline**

Non stupisce quindi che il comparto del freddo, già fetta importante di quell'industria del food equipment di cui l'Italia si conferma leader mondiale, goda di buona salute.
Vogliamo soffermarci sulle tecniche del freddo adottate in pizzeria e "rubate" al mondo della panificazione e della pasticceria, alle quali ognuno poi applica secondo esigenze le proprie modifiche.
L'impiego del freddo nella moderna tecnologia della panificazione nasce dalle nuove esigenze lavorative il cui principale obiettivo è quello di evitare e/o alleviare il lavoro notturno e festivo.
Ad esempio, la tecnica della lievitazione e maturazione dell'impasto controllata viene utilizzata per gli impasti di pane, pasticceria e pizzeria attraverso l'opportuna gestione della temperatura, dell'umidità e del tempo: rallentando o bloccando del tutto l'attività fermentativa del lievito, mantengono l'impasto almeno per 3 o 4 giorni e alla fine del ciclo iniziano in modo programmato la fase di fermentazione o maturazione dell'impasto.

La ferma lievitazione ha molti vantaggi, innanzitutto come già detto elimina il lavoro notturno, soprattutto nei ritmi di lavoro dei panifici, ma anche in pizzeria, dove si usano sempre più tecniche di impastamento a lunga o lunghissima maturazione, per avere in questo caso impasti sempre più leggeri e digeribili, ha acquisito negli ultimi anni una grande popolarità ed in fine ha dei vantaggi sui profitti, in quanto azzera gli sprechi di pasta e di lievito, visto che alla fine della serata la pasta non utilizzata può essere ancora mantenuta e si deve utilizzare una quantità minore di lievito.
Per parlare nel dettaglio di cosa succede e come la catena del freddo funzioni sui nostri impasti è necessario dire che in pizzeria, come in panificazione, la T del freddo, prevede 3 fasi, che sono l'abbattimento a -6°C, il mantenimento, dove il prodotto da -6C° viene portato a 2-4°C, per un periodo di tempo che va dalle 24 alle 72 ore, e per finire la lievitazione nel terminare, dove la temperatura viene portata in modo graduale da 2-4°C a 25°C, appunto per completare il processo fermentativo.
Ben s'intende che per queste lavorazioni si debbano utilizzare farine con un alto W, indice proteico (300 W oppure maggiore), con un valore P/L (rapporto tra proteine insolubili gliadina e glutenina) equilibrato.
Le tecniche di impastamento consigliate, che sono quelle che il pizzaiolo di oggi ricerca, sono prevalentemente impasti indiretti, biga, poolish, pasta di riporto o pasta acida.

Che cosa s'intende con **maturazione dell'impasto**?
La maturazione dell'impasto è un concetto che sta prendendo piede tra i pizzaioli, a volte ancora poco chiaro, eppure assolutamente importante da comprendere per offrire un prodotto finale più digeribile e profumato dopo la cottura.
In sunto, maggiore è il tempo che si aspetta prima della cottura maggiore sarà al suo interno la presenza di amminoacidi e glucosio. La reazione di Maillard ci dice che un impasto ricco di amminoacidi e zuccheri semplici sottoposto a cotture ad alta temperatura (tipo quella della pizza 350°C circa) genera una combinazione speciale tra questi elementi tale da ottenere un prodotto più leggero, più digeribile e di più gradevole profumo; quindi più buono!







Da Amburgo i vincitori della 14esima edizione *del Giropizza d'Europa.*

Si è conclusa presso il salone internazionale Internorga (17 – 21 marzo, Amburgo) la 14esima edizione del Giropizza d'Europa. La competizione che premia la migliore "Pizza della Casa" si è svolta lunedì 20 marzo, all'interno di un ricco programma di appuntamenti ed eventi dedicati alla pizza, all'interno dell'arena Pizza e Pasta Italiana, e nei numerosi focus tematici organizzati da Hamburg Messe. Lo Staff della Scuola Italiana Pizzaioli ha animato le 5 giornate della fiera anseatica con pizza showcooking, dimostrazioni e degustazioni di pizza, formazioni teoriche e pratiche per conoscere le farine, gli impasti più utilizzati in pizzeria, trend e tendenze della pizza in Italia e in Germania. Il supporto è stato offerto dai partner dell'evento: 5 Stagioni per le farine (rapprentate da Levante per Amburgo), Prontofresco Greci per i prodotti di farcitura, Cuppone per i forni, Gi Metal per la minuteria e le attrezzature per pizzeria, Francia per la mozzarella, Coldline per le attrezzature per il freddo, Acqua San Pellegrino – Acqua Panna e Ventidue per il tovagliato.

La cronistoria del Giropizza 2016 – 2017 è partita lo scorso anno con le tappe di Bochum in Germania, poi a Padova, in occasione di Tecnoefood, nel 2017 è stata la volta di Riva del Garda (TN) in occasione di Exporiva Hotel,poi Rimini – durante BeerAttraction, e in contemporanea, Marina di Carrara (CT Tirreno Trade). A rappresentare i pizzaioli selezionati da ciascuna tappa, 27 concorrenti provenienti da Germania, Italia e Svezia e giunti nella città di Amburgo, nella mattinata di lunedì 20 marzo.

Ad aggiudicarsi il gradino più alto del podio è stato il pizzaiolo ligure Alessandro Gagliardi – La Picea, Levanto – che batte il record di pizzaiolo più giovane ad aggiudicarsi il titolo, il pizzaioli 21enne della provincia di La Spezia ha superato gli altri concorrenti con una pizza con pomodorini, burrata, acciughe, basilico, origano e capperi. Il secondo posto invece è ad appannaggio di Francesco Disperso, della Pizzeria Noè di Torino, la sua pizza "Afrodite" con datterini gialli del piennolo, mozzarella fior di latte, rucola, burrata, pomodorini soleggiati e salsiccia di Bra, è stata molto apprezzata da giudici e concorrenti.
Il terzo posto è stato conquistato da una giovane pizzaiola di origine marocchina: Ilham Zakhmoun – pizzeria La Conchiglia, Bardolino (VR). Al quarto posto invece troviamo Raffaele Fabbrocino, pizzeria "Vicolo Corto" di Brescia, che con la sua pizza " Esotica – Mediterranea" ha unito i sapori della tradizione con i gusti più innovativi della cucina esotica. Al quinto posto invece si classifica il primo pizzaiolo tedesco: Nicola Diana – Il Ristornate Diana, Bad Schwartau - , che ha raccolto il favore della giuria con la sua Buffatella, farcita con pomodoro, Parmigiano Reggiano, Mozzarella di Bufala campana, Culatello di Zibello e basilico.

QUI IN FOTO
Alessandro Gagliardi, Levanto 1° classificato

1°



La classifica della finalissima 2016/2017





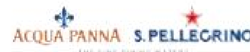












CLASSIFICA	PUNTEGGIO	NOME E COGNOME	PIZZERIA	LOCALITÀ
1	657	GAGLIARDI ALESSANDRO	*La Picea*	LEVANTO - LA SPEZIA
2	653	DISPERSO FRANCESCO	*Noè*	TORINO
3	652	ZAKHMOUN ILHAM	*Conchiglia*	VERONA
4	633	FABBROCINO RAFFAELE	*Il vicolo corto*	BRESCIA
5	630	DIANA NICOLA	*Da Diana*	BAD SCHWARTAU
6	623	GIULIANI FRANCESCO	*Zio Carmine*	GATTINARA (VC)
7	609	MATARAZZO MARIO	*Manuno*	BRESCIA
8	607	DI TELLA ANTONIO	*All'angolo*	MARINA DI CARRARA
9	607	MANFREDI MATTIA	*Europizza*	B. SAN DALMAZZO
10	598	TASSONE GINO	*Mamma's pizza*	DINSLAKEN
	594	VIOLA FABRIZIO	*Fiore Blu*	CAVEDAGO
	592	GIORDANO CIRO	*La Campanella*	GAILINGEN
	587	LA PORTA SALVATORE	*Al Posto Giusto*	CASTELLI CALEPIO
	586	MARIANI SONIA	*Pizzeria Regina*	CITTÀ DI CASTELLO - PG
	576	MIOZZO STEFANO	*Il Polo Positivo*	CEREA
	573	SCURI GRAZIANO	*Al Caminetto*	MEZZOCORONA
	573	MANFREDI DOMENICO	*EUROPIZZA Da Mimmo*	B. SAN DALMAZZO
	569	GRZESCHIK DOMINK	*What's Pizza*	DUSSEDORF
	566	BOZAGHIAN AMIR	*Vezzo*	SVEZIA
	561	MANFREDI SIMONE	*Europizza 2*	B. SAN DALMAZZO
	560	DOLGETTA GAETANO	*Pizzeria del Centro*	TURATE
	552	LOMBARDO PAOLO	*EUROPIZZA 1*	CARAGLIO
	547	PARICELLI BRUNO	*Valle dei Mulini*	FUMANE (VR)
	532	BUSATO SIMONE	*Il genio*	VICENZA
	514	VILLANI CARLO	*Bella Napoli*	BRESCIA
	507	FAVERO DANIEL	*Ometto*	CARRARA
	472	PETTINATO LUIGI	*Piazzetta Cordovega*	LAZISE

vai alla fotogallery →

GIROPIZZA D'EUROPA

fotogallery



QUI IN ALTO
IL Podio
A sinistra Roberto Pamapanin di Forni Cuppone con i vincitori

3°



IN FOTO
Ilham Zakhmoun
3° classificato



5°

A SINISTRA
Nicola Diana - Ger - 5° classificato

2°



IN FOTO
Francesco Disperso - Torino, 2° classificato



4°

A SINISTRA
Raffaele Fabbrocino - Brescia 4° classificato



Expo Riva Hotel - Riva del Garda

Dal 4 al 7 febbraio 2018 il mondo HO.RE.CA andrà in scena con numerose novità e un ricco calendario di appuntamenti e opportunità

Expo Riva Hotel, fiera dedicata ai professionisti dell'Ospitalità e della Ristorazione, chiude le porte della quarantunesima edizione, andata in scena al Quartiere Fieristico di Riva del Garda dal 5 all'8 febbraio 2017. Una edizione di successo con importanti risultati raggiunti: nella prima giornata, dedicata sia agli operatori che ai visitatori, si è registrato un +20% iniziale di ingressi e nella totalità dei quattro giorni è stata confermato un +11% di ingressi sull'edizione del 2016, vale a dire 26.037 persone che hanno visitato gli otto padiglioni espositivi.

Pizza e Pasta Italiana era presente anche quest'anno a Expo Riva Hotel con uno spazio dedicato al mondo della pizza e della ristorazione più allargata. Durante le quattro giornate di fiera, presso lo stand della rivista sono state proposte finestre guidate dai Master Istruttori di Scuola Italiana Pizzaioli, con particolare attenzione sulla pizza alla pala, storica ricetta di pizza che ora più che mai è tornata molto alla moda soprattutto nei locali di dove il tiro della proposta a menù vuole essere la pizza gourmet. Inoltre, sono stati azzardati abbinamenti di ricette di pizza con topping particolari abbinati a creme gelato al gusto ad esempio di pomodorini rossi oppure ancora di Gorgonzola prodotte con le macchine Icechef dell'azienda Vecogel e proposte del maestro gelataio Antonio Mezzalira. Un altro appuntamento, che ormai diventato fisso è la presentazione di diverse pizze alla pala proposte con insaccati e prodotti conservati di altissima qualità dell'azienda mantovana San Felici, che cortesemente ha assegnato un premio speciale alla migliore pizza prodotta durante l'evento Giropizza d'Europa, con affettati e che è stata vinta da Simone Busato della pizzeria Al Genio di San Giorgio di Valdagno.



A SINISTRA
Il master Silvestrini stende una pizza alla pala

GIROPIZZA D'EUROPA

Riva del Garda



QUI A DESTRA
Angelo Silvestrini Master Istruttore di Scuola Italiana Pizzaioli





QUI SOPRA A DESTRA
il titolare dell'azienda Sanfelici con il vincitore del premio speciale Simone Busato

A SINISTRA
Il maestro Antonio Mezzalira presenta variazioni di pizza e gelato ai pomodorini

38° Edizione Tirreno C. T. - Marina di Carrara

Il prossimo anno vi aspetta DAL 25 FEBBRAIO AL 28 FEBBRAIO 2018





Dal pane alla pizza, dai prodotti lavorati e semilavorati per la cucina alle forniture alberghiere, passando per la gelateria e la pasticceria. Un'intera area dedicata al caffè e alle innovazioni del settore grandi impianti; questo e molto altro è stata "Tirreno CT 2017" un unico format che raccoglie innovazioni, soluzioni e tendenze per tutto il mondo della ristorazione e dell'ospitalità. Il Salone Nazionale per alberghi, bar, gelaterie, pasticceri, panifici, ristoranti e comunità ha portato dal 19 al 22 Febbraio 2017 oltre 56.000 visitatori che hanno assistito ad esibizioni, degustazioni, forum e che hanno visitato gli stand delle oltre 410 aziende espositrici in rappresentanza di quasi 850 marchi aziendali provenienti da tutta la penisola e anche dall'estero. Il bacino di utenza comprende tradizionalmente tutto il centro Italia, ma ogni anno si allargano i confini: questa manifestazione ha ancora molto da dire a tutti gli operatori del settore e anche per questa 37esima edizione "Tirreno C.T" si è riconfermata come uno degli appuntamenti più importanti per l'intero settore ho.re.ca, della ristorazione e dell'ospitalità oltre che grandissimo punto d'incontro di domanda e offerta.

La Mostra Tirreno C.T. vero punto di riferimento per il settore dell'ospitalità dell'intero centro Italia, è in grado di offrire una vasta panoramica delle innovazioni turistiche, commerciali ed alberghiere. Una caratteristica peculiare della TIRRENO C.T. che continua a richiamare migliaia di operatori economici è la massiccia presenza di associazioni di categoria, espositori sempre più numerosi e qualificati, convegni e tavole rotonde sugli argomenti di attualità, degustazioni, concorsi internazionali, dimostrazioni, restano la chiave del successo della manifestazione. Se tavole rotonde e convegni hanno consentito di aggiornarsi sulle ultime tendenze, la possibilità di vedere l'opera i più grandi maestri della ristorazione si è rilevata uno stimolo senza pari per tutti i visitatori. I settori merceologici della Tirreno C.T. coprono tutto il panorama dell'offerta, sia di prodotti che di attrezzature e servizi per ristoranti, alberghi, bar, pasticcerie, pizzerie, panificatori, gelatieri e comunità.



QUI A SINISTRA
I master istruttori Sandro Batzella, Alessandro Gatti e Riccardo La Rosa

IN ALTO A SINISTRA
Riccardo La Rosa presenta i migliori abbinamenti pizza e birra

IN ALTO A DESTRA
Lo stand di Pizza e Pasta Italiana

GIROPIZZA D'EUROPA

Massa Carrara

Pizza e Pasta Italiana, come da tradizione era presente con uno stand dedicato al mondo della pizza e alla ristorazione; tante le proposte dei Master Istruttori della regione toscana: Alessandro Gatti, Sandro Batzella, Riccardo La Rosa e Giuseppe Ferraro. Oltre alla consueta tappa del Giropizza d'Europa, durante le restanti giornate di fiera tante le proposte innovative proposte, sempre legate alla tradizione come la produzione di cecina oppure conosciuta come torta fritta o calda calda; un impasto veloce di farina di ceci che è un piatto della tradizione toscana ma che oggi può rientrare nelle proposte vegan. Un piatto tanto povero quanto gustoso: acqua, farina di ceci, olio e sale. In Liguria la chiamano farinata, nel livornese torta, in Versilia invece prende il nome di cecina praticamente non esiste pizzeria a taglio che non la prepari, un'autentica istituzione locale. Si gusta caldissima tagliata a fette, spolverizzata di pepe, oppure come farcitura di una buona focaccia. Oppure la nuova proposta di quest'anno è stata la focaccia tipo Recco che può essere integrata come proposta in pizzeria. Una tipologia di focaccia col formaggio molto nota è la Focaccia di Recco col formaggio (in dialetto genovese a fugassa de Réccu), di cui si trovano tracce storiche in letteratura fin dal XIX secolo. La focaccia, preparata inizialmente nei ristoranti e nei forni di Recco e dei comuni limitrofi, si è rapidamente diffusa prima nel Tigullio e nel genovesato e poi in tutta la Liguria, spesso con piccole variazioni sul tipo di formaggi impiegati.

IN FOTO
La pizza in pala con burrata e salmone



Lo sapevi che...

- In Italia ci sono più di 40.000 pizzerie
- Il Mercato Pizza è in continua espansione
- L'attenzione alla qualità del prodotto è altissima

Perchè non offrire un prodotto innovativo differenziandosi dalla concorrenza?

Cosa aspetti? Anticipa i tempi!



Corso Pizza e Benessere



3 Moduli della durata di 3 giorni al mese
50% pratica in cucina
50% studio della nutrizione da applicare alla pizza

MODULO 1

I pilastri della Culinary Nutrition e dieta mediterranea in evoluzione
- Cos'è la Culinary Nutrition
- I 7 pilastri di Cucina Evolution, la cucina antiaging
- I requisiti della pizza antiage e differenze con le pizza Bio, vegane, vegetariane, light, dietetiche
- La formula More&Less + fibra – grassi
- Esercitazioni pratiche sugli impasti e i topping

MODULO 2

Più vitamine e meno sale con le cotture antiaging
Sale: quale, quanto, quando
-La biodisponibilità: aumentare l'assorbimento delle vitamine attraverso metodi di cottura e abbinamenti
- More & Less + antiossidanti – sale
- Esercitazioni pratiche: sviluppo di una pizza antiaging

MODULO 3

Cotture sicure, antiossidanti e focus sul fritto
- Antiossidanti veri e falsi: impariamo a riconoscerli
- La lettura delle etichette
- Il fritto antiaging: quali grassi, quali metodi?
- Come evitare in cottura la formazione di sostanze tossiche e cancerogene
- La pizza gourmet

DOCENTI

Chiara Manzi: *Culinary Nutritionist e Presidente di Art Joins Nutrition Academy, laureata in Nutrizione Umana e Dietetica presso l'Università di Navarra. È presidente dell'ASSIC, Associazione per la Sicurezza Nutrizionale in Cucina.*

Fabio Sebastiani: *Master Istruttore con Percorso Formativo Certificato della Scuola Italiana Pizzaioli il cui responsabile tecnico è Graziano Bertuzzo. Fabio Sebastiani è il primo istruttore della scuola ad aver completato il percorso Master in Culinary Nutrition.*

Per Informazioni:
0521.1640539
info@cucinaevolution.it
oppure **0421 – 83148**
info@scuolaitalianapizzaioli.it



i nostri corsi



www.scuolaitalianapizzaioli.it

per iscrizioni

0421.83.148
info @scuolaitalianapizzaioli.it

Sede nazionale

CAORLE

CERTIFICATO N. IT11/0050



CORSI BASE IN PARTENZA

dal ***22*** *al* ***26 mag.***

dal ***19*** *al* ***23 giu.***

PIZZA SENZA GLUTINE
12 - 13 giu.

info
0421.83.148





Responsabile area tecnica

GRAZIANO BERTUZZO

RESPONSABILE DIDATTICA E COORDINAMENTO ATTIVITÀ: ***David Mandolin***

RESPONSABILE AREA TECNICA: ***Graziano Bertuzzo***

COORDINAMENTO E SEGRETERIA: ***Patrizio Carrer, Caterina Orlandi, Donatella Dorigo, Cristina Mandolin***

info@scuolaitalianapizzaioli.it
tel. 0421.83.148

info 0421.83.148



Master Istruttore PFC

MAURO PASINI



Master Istruttore PFC

ANGELO SILVESTRINI

Altre sedi

ROMA - OSTIA
ROMA C/O ALICE ACADEMY

CORSI BASE IN PARTENZA

dal ***15*** *al* ***26 mag.***

info
06.56.99.232
347.49.68.426



GIANLUCA PROCACCINI

COMO

CORSI BASE IN PARTENZA

dal ***18*** *al* ***22 apr.***

info
02.96.48.91.42
340.42.57.917



Master Istruttore PFC

MARIO SIGNORILE

PADOVA C/O SIRMAN
VERONA C/O ZANOLLI

info
0421.83.148
347.68.10.71



Master Istruttore PFC

FABIO SEBASTIANI

PISTOIA - C/O PALA PIZZA GIMETAL

CORSI BASE IN PARTENZA

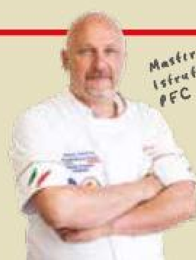
dal ***22*** *al* ***26 mag.***

info
0421.83.148



Master Istruttore PFC

SANDRO BATZELLA



Master Istruttore PFC

ALESSANDRO GATTI



Master Istruttore PFC

PINO FERRARO

ALBEROBELLO - BARI
C/O ISTITUTO ECCELSA

info
080.246.1249

Master Istruttore PFC





ROSA CASULLI

CORSI *tenuti da* **MASTER ISTRUTTORI** *con Percorso Formativo Certificato*

SPONSOR TECNICI











Piemonte

CUNEO

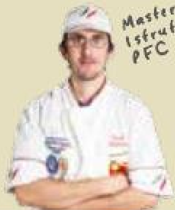


Master Istruttore PFC

info 347.71.89.220

PIETRO AMATRUDA

ALESSANDRIA



Master Istruttore PFC

info 348.79.51.419

PAOLO ABBIATI

Liguria

LA SPEZIA



Master Istruttore PFC

info 328.31.44.633

RICCARDO LA ROSA

GENOVA



Master Istruttore PFC

info 329.91.17.077

ROBERTO DE SANTIS

Emilia Romagna

RIMINI

CORSI BASE IN PARTENZA
dal **22** al **26 mag.**



Master Istruttore PFC

info 0541.39.42.31
347.97.19.204

PAOLO ROSSINI

PARMA



Master Istruttore PFC

info 339.12.38.593

SALVATORE SALVIANI

RAVENNA



Master Istruttore PFC

info 339.18.00.810

LUIGI TIMONCINI

Campania

SALERNO



Master Istruttore PFC

info 339.23.16.342

MICHELE CROCCIA

Abruzzo

TERAMO



Master Istruttore PFC

info 389.68.15.179

GIANNI POMPETTI

L'AQUILA



Master Istruttore PFC

info 339.79.19.152

GIULIANO BUCCI

Lazio

ROMA - NETTUNO



Master Istruttore PFC

info 06.98.84.90.78
393.40.81.314

VALERIO FINUCCI

NORMA - LATINA



Master Istruttore PFC

info 0773.35.46.21
328.66.83.860

FILIPPO MARINI

Veneto

BELLUNO



Master Istruttore PFC

info 339.33.43.905

LUCA GACCIONE

Master Istruttori PFC

VERONA *c/o **Love it***



Master Istruttore PFC

info 347.25.82.689

GIUSEPPE CONTE



Master Istruttore PFC

info 347.25.82.689

GIORGIO SABATINI

COLLABORAZIONI

info 0421.83.148

MODENA

c/o


BRESCIA

c/o


MANTOVA

c/o


VERONA

c/o


CORSI *in altre* **CITTÀ D'ITALIA**

BENEVENTO



MARCO AMORIELLO

0823.71.12.25
320.83.38.243

NAPOLI



UMBERTO FORNITO

347.75.32.728
0421.83.148

VICENZA



CLAUDIO PERRONE

0444.34.15.55
347.32.21.890

MANTOVA



IVAN SANFELICI

0376.655.737

PISTOIA

c/o

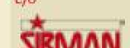

FIRENZE
Reggello

c/o


TREVISO

c/o


PADOVA

c/o


c/o


MADE IN ITALY

polselli®

www.polselli.it

*È una farina bilanciata, adatta in panificazione, ideale per produrre un pane ed una **pizza** che avvolgono tutti i sensi, dalla vista grazie al colore dorato all'odore con un profumo unico e inconfondibile, dal tatto per la ruvidezza al gusto per il **sapore antico** di una volta. ...*

*Il desiderio di esaltare la materia prima senza rinunciare al **piacere** del palato e alla tutela di noi stessi attraverso lo stile dello star bene.*

GRANO VERO 100%

zerø

FARINA NATURALE

farina di grano tenero tipo 0

IL GUSTO DELLA **NATURA** E IL PIACERE DEL **VIVER SANO** ....

*Un nuovo modo di interpretare l'Arte Bianca che **esclude l'utilizzo di additivi, enzimi e conservanti**, che privilegia l'utilizzo di grani raccolti in coltivazioni di tipo es*

*Un prodotto unico, ricco di nutrienti con una maggiore quantità di **Vitamine**, Antiossidanti e **Sali Minerali**, che conserva tutte le sue*



POLSELLI S.p.A. - Industria Alimentare - Via Casilina, km 112 - 03032 ARCE (FR) ITALY - Ph. +39 0776 524108 - Fax +39 0776 524109 - info@polselli.it